PUBLICITE

A.M.G A.M.G A.M.G

The Woman's College of
The University of North Carolina
LIBRARY

ff
HF
5802
A75
1939

DATE DUE

DEMCO, INC. 38-2931

University of North Carolina at
Greensboro, North Carolina 27412

Walter Clinton Jackson Library

UNCG LIBRARY

ublications
E. Wash. St.

PUBLICITÉ

1939

TH. STAHLY

LA LETTRE DESSINÉE EN 1938 3

JEAN FOREZ

LES CAMPAGNES DE PUBLICITÉ DE LA JOUVENCE DE L'ABBÉ SOURY . . 31

ROBERT DESNOS

LA RÉDACTION PUBLICITAIRE RADIOPHONIQUE 43

JEAN SELZ

LA PUBLICITÉ INCONNUE 95

CHALMANDRIER

A PROPOS DU FILM PUBLICITAIRE 99

ALIMENTATION 11
PRODUITS MÉNAGERS 18
OUTILLAGE, GAZ, ÉLECTRICITÉ 20
PARFUMERIE 23
PHARMACIE 28
TISSUS, VÊTEMENTS 35
RADIO, OPTIQUE 41
ÉDITION 45
TABACS 47
AUTO 49
CHEMINS DE FER 55
LOTERIE NATIONALE 58
MUSÉES, CINÉMA, SPECTACLES 59
PAPIER A LETTRE 64
ASSURANCES, BANQUE 65
EMBALLAGE 66
VITRINES 67
ÉCOLES 74
PUBLICITÉ EUROPÉENNE . . . 75
TABLE DES HORS-TEXTE 113

ARTS ET MÉTIERS GRAPHIQUES

AF
5802
A75
1939

L'IMPRESSION DE CET OUVRAGE A ÉTÉ TERMINÉE LE 30 AVRIL 1939
SUR LES PRESSES DE L'IMPRIMERIE DE VAUGIRARD, SOUS LA DIRECTION
D'HENRI JONQUIÈRES

LA COUVERTURE DE ROBERT CLAVEL A ÉTÉ IMPRIMÉE EN LITHOGRAPHIE PAR MOURLOT FRÈRES SUR BRISTOL DES PAPETERIES GRILLET ET FÉAU (56×76 DE 65 KGS)

L'ARTICLE DE STAHLY PAGES 3 À 10 A ÉTÉ TIRÉ SUR OFFSET TEINTE CHAMOIS CLAIR DES PAPETERIES MULLER (67×100 DE 50 KGS), AINSI QUE LA TABLE DES HORS-TEXTE.

LES ARTICLES DE MM. FOREZ, PAGE 31, DESNOS, PAGE 43, SELZ, PAGE 95, CHALMANDRIER, PAGE 99, AINSI QUE LES PAGES 63, 64 ONT ÉTÉ TIRÉS SUR OFFSET TEINTE GRIS CLAIR DES PAPETERIES MULLER (67×100 DE 50 KGS).

LES SUPPORTS DES HORS-TEXTE VIENNENT DES PAPETERIES MULLER ET FILS, SÉRIE PARISIENNE (51×66 DE 30 KGS), POUR LES TEINTES SIENNE ET LIERRE ;
DES PAPETERIES EVETTE GERMAIN (RAISIN DE 35 KGS), SÉRIE GREUZE, POUR LA TEINTE VERT NIL ;
DES PAPETERIES DE FRANCE (RAISIN DE 45 KGS), SÉRIE GENEUILLE, CARTE 1 JET POUR LA TEINTE BLEUE.

LE PAPIER INTÉRIEUR DE LA REVUE EST LE COUCHÉ RÉGINA DES PAPETERIES BRETON, RAISIN DE 25 KGS.

LES CLICHÉS VIENNENT DES FONDERIES DEBERNY ET PEIGNOT.

ARTS ET MÉTIERS GRAPHIQUES

EXCLUSIVE AGENT FOR U. S. A.
FRENCH AND EUROPEAN PUBLICATIONS, INC.
610, FIFTH AVENUE, NEW-YORK, N. Y.

PRINTED IN FRANCE — COPYRIGHT BY ARTS ET MÉTIERS GRAPHIQUES 1939

La Lettre Dessinée En 1938

Les années d'après guerre ont vu une prodigieuse renaissance de la lettre dessinée. Jusqu'ici la publicité en avait fait un usage assez médiocre. Mais les tendances les plus avancées de la peinture et de l'architecture, en particulier le cubisme, ont mis en lumière toutes les possibilités expressives contenues dans ce magnifique élément abstrait : la lettre. Des affichistes avertis avaient compris que la lettre ne pouvait plus être ajoutée après coup à un ingénieux croquis de publicité, mais qu'on devait commencer toute composition d'annonce ou d'affiche par elle, qu'elle était le soutien, l'architecture de tout travail publicitaire, qu'elle contenait en elle tous les moyens d'expression graphique, *qu'aucune subtilité psychologique, si chère à la science de la publicité, n'échappait à ses moyens. Les qualités et les matières les plus diverses de l'objet publicitaire pouvaient être évoquées par elle avec une précision d'autant plus surprenante qu'elle n'était pas imitative, mais significative. Concourant ou s'alliant avec la typographie, la lettre dessinée s'est acquis sous des formes très variées une qualité, voire un style, qui la classait parmi les arts appliqués modernes.*

Mais cette période d'optimisme constructif est déjà passée et on se demande : où en sommes-nous aujourd'hui ? Quelles sont actuellement les tendances de la lettre dessinée? Telle est la question que se pose non seulement la maison de publicité, mais aussi le fondeur de caractères, qui cherche dans l'ensemble des lettres d'aujourd'hui la formule de son caractère de demain. C'est à cela qu'ARTS & MÉTIERS GRAPHIQUES a essayé de répondre par une recherche méthodique. Nous avons découpé dans tous les imprimés de marque de l'année passée les lettres dessinées. Nous avons groupé dans les planches A et B une petite partie de ce découpage, trop étendu pour le montrer ici au complet. Les planches qui suivent (planches C D E F) montrent les tendances prédominantes rencontrées au cours de ce découpage. Nous les avons classées ainsi :

1° lettres cursives (planche C);

2° lettres dessinées au pinceau, au crayon, et à la plume taillée (planche D);

3° lettres d'imitation de matières (planche E);

4° lettres éclairées, ombrées ou ornées (planche F).

PLANCHE C. — LES LETTRES CURSIVES

La lettre la plus souvent rencontrée au cours de ce classement est la cursive. Il faut admettre que les cursives typographiques ne répondent pas encore à toutes les exigences de la publicité. On a cependant

115080

BERKSH

REX 2

MHAUe

A la page.

Holliston BOUND

Immer mehr

September 1938

Joyce Wethered

CE BOUQUET D'ANÉMONES

GUIDES

PAQUES

UN

AUTRE TEMPS

Gillott's Pens

Gigarten der Leistung

I

I dreaded parties

Feet

P

CUTEX

votre publicité

JUAN IN CHINA

ERIC LINKLATER

NO PLACE LIKE HOME

BEVERLEY NICHOLS

BON TON "1939"

Real American Blend

Alviene SCHOOL OF THE Theatre

STATE

votre poste ere

MODE

EXTRACTS AND LOTIONS

RELIABILITY

LARKWOOD

UNE LEÇON

MELLON

Découpées au hasard.
Letters cut out at random.

telle écriture
telle personnalité

GRAND CENTRAL
SCHOOL OF ART

Découpées au hasard.
Letters cut out at random.

Horn

G Heaven

la première parure de la femme...

English Shell

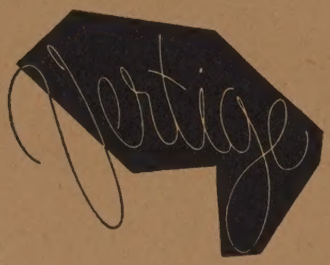
La Grâce naît

MURATTI

ARISTON

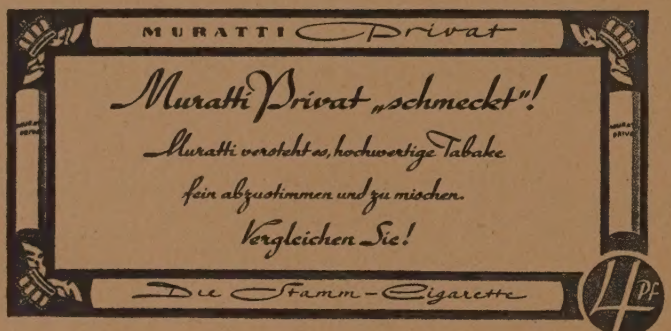
„das Edelste"

DELMAN



Charme

réalité



Dinah

Riquet

Watermarked

ARISTON

La Riquet

radó

Die Stamm-Cigarette

Algefa Film

Riquet

Gerson

Cursives — Traits de plume et taille douce.
Script types — Strokes of the pen and copper-plate engraving.

ELLE AIMAIT UN

PROGRAMM

GRANDES VACANCES

DERNIERES

Helena

l'ampleur

VOGUE

RÉVOLTE

Description des Modèles

Continental Caviar

M. SANDERS.

AVEN

McCALLUM

PROLOG

Sets

ÉCONOMIE

DIST

des Verbrauchers müssen Ihre Werbedrucksachen finden: nur dann wirken sie. Farbklänge die eine gute Kaufatmosphäre schaffen, erreichen Sie mit den JÄNECKE-SCHNEEMANN Druckfarben

l'une des deux était JOLIE

NOUVELLE INÉDITE PAR MAURICE GOUDEKET

MENU

BÊTES

Idée

de Paris

STOP THE SAG

HINEIN IN DIE FASCHINGS-ATMOSPHÄRE

THE LITERAL

HUMAINE

Bretagne

THE JAW IS THE JAW OF MUSSO, BUT—

du pont rayon

THE HEADLINES ARE SAYING....

Plume, Pinceau, Crayon, Ciseaux.
Pen, Paint-brush, Pencil, Scissous.

fébrifuge

PASS

PARASITES

PASS

Le Cygne

SIHL

Certitude

DES POINTS

sciez pas

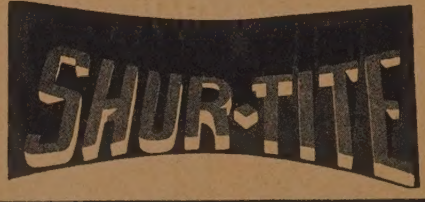
légères

Vertige

FROMAGE

Schriftzüge

Tricots



ELIPOL

Parijs

d'hiver

Cabinet

DE QUOI

Saves your ink

1745

NECKEREI

BRICKS

arosa

Fugue

LE TEMPS QUI COURT

Imitation de matières.
Letters imitating material substances.

NOUS

RÉPONSE A

Clichés

PRISE AU PIÈGE

Sailor

CES MODÈLES PLAIRONT A TOUT AGE SI...

NOUVELLE COIFFURE

ASIS

PA

SA PREMIÈRE CHANCE

ARTINE

LAVER

TAMES

Louvre

IÉTÉS

BYRRH

MODÈLES

LES TONS

LOULOU

STUDIO 42

MALADROITE

LOUVRE

PAS SE DÉCLARER...

Éclairées, ombrées et ornées.
Open-work, ornamented and fancy lettering.

réalisé de grands perfectionnements dans la fonte des différentes cursives dites : Écritures. En diminuant ou en supprimant l'approche et le talus du caractère, on a pu relier des lettres entre elles et réduire l'interlignage, ce qui permet une composition plus compacte ressemblant davantage à la gravure ou à la taille-douce ; mais ce qui distingue la cursive typographique de la cursive dessinée, c'est sa régularité. Toutes les variétés de longueurs des bas de casse et des grandeurs des capitales qu'on a essayé d'introduire jusqu'ici sont encore insuffisantes. On pourrait par exemple imaginer des capitales d'un dessin tout à fait différent pour les corps de différentes grandeurs (voir planche C, les deux « M » dans l'étiquette Muratti).

PLANCHE D.
LETTRES DESSINÉES AU PINCEAU, AU CRAYON, A LA PLUME TAILLÉE

Pinceau trempé d'encre légèrement séchée (Vogue), crayon mou ou fusain sur papier granité (Révolte), crayon lithographique (de Paris), ciseaux ou pointe (Dist) : l'instrument de travail est aisément identifiable dans toutes ces lettres.

PLANCHE E — LETTRES D'IMITATION DE MATIÈRES

Ici, c'est l'objet même de la publicité qui a dicté la physionomie de la lettre. Et nous voyons tour à tour la lettre en ruban, en point de tricot, des effets photographiques et des effets de perspective ; on s'inspire également du métal, du fer forgé, du néon ; jusqu'aux propriétés abstraites de l'objet évoqué qui trouvent ici leur emploi.

PLANCHE F — LETTRES ÉCLAIRÉES, OMBRÉES ou ORNÉES

Ces lettres sont en grande partie des réminiscences de lettres du XVIII^e^ siècle ou de l'époque romantique. Parfois on essaie de renouveler la technique par l'utilisation de fonds (comme dans Studio) *ou bien c'est à l'intérieur des contours de lettres déjà existantes que s'exerce la fantaisie de nouveaux ornements. D'ailleurs, il existe parmi toutes ces lettres de très belles créations typographiques (typogravure, lettres azurées, latines blanches, film, etc.).*

La conclusion de cet essai nous semble assez positive. Il y a une abondance d'idées dans toutes ces lettres. Peut-être pourrait-on même reprocher un éclectisme qui dénote des tendances à trop de choses à la fois. Mais la publicité vit de cette multitude de sensations. En tous cas, ces pages sont pleines de suggestions et presque chaque lettre contient en elle-même la possibilité de faire encore mieux.

TH. STAHLY

ALIMENTATION

– Mais dites moi, Joséphine, vous êtes bien gaie ce matin? Pour un peu, vous danseriez dans votre cuisine, et, cependant, à votre âge!

– Oh! Madame!

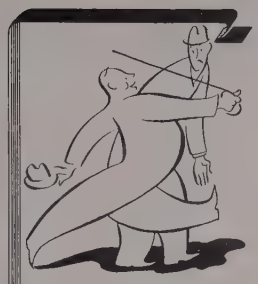
– Oui, je sais bien, la vie est belle et il y a du soleil, mais enfin, tout de même..

– Madame n'a pas à s'inquiéter. D'ailleurs, je vais en tirer de lui préparer un petit plat "mijoté" dont elle me fera compliment car Madame sait bien que moi, quand j'ai pris un

CINZANO

Composé de vins choisis provenant de nos meilleurs vignobles, fabriqué à **Châteauneuf-les-Martigues** (Bouches-du-Rhône), le **CINZANO** grâce à son secret de fabrication et à la présence dans sa préparation de plantes sélectionnées, est un apéritif ensoleillé, tonique, inégalable. **A BOIRE TRÈS FRAIS.**

A BOIRE TRÈS FRAIS



VOUS AVEZ L'AIR BIEN JOYEUX!

Ma parole, que vous arrive-t-il? Une bonne nouvelle, le gros lot?

En tout cas, bravo! La soirée promet d'être gaie. Ce n'est pas que, d'ordinaire, vous soyez morose, non... mais je vous ai rarement vu d'aussi charmante humeur!

Dites-moi, ce n'est pas possible, vous avez pris un CINZANO!

■ Composé de vins choisis provenant de nos meilleurs vignobles, fabriqué à **Châteauneuf-les-Martigues** (Bouches-du-Rhône), le **CINZANO** grâce à son secret de fabrication et à la présence dans sa préparation de plantes sélectionnées, est un apéritif ensoleillé, tonique, inégalable **A BOIRE TRÈS FRAIS.**

QUAND J'AI PRIS UN
CINZANO
O.O.OH!

VOUS ÊTES UN VENDEUR ÉTONNANT, JE VOUS PRENDS COMME

Mes compliments, j'avais juré de ne pas signer cette commande?

Mais, dites-moi, que penseriez-vous d'une collaboration à mes côtés? J'avais besoin d'un homme actif, jeune, entreprenant...

D'accord? Parfait!

Mais, sans reproche, vous aviez pris un CINZANO!

■ Composé de vins choisis provenant de nos meilleurs vignobles, fabriqué à **Châteauneuf-les-Martigues** (Bouches-du-Rhône), le **CINZANO** grâce à son secret de fabrication et à la présence dans sa préparation de plantes sélectionnées, est un apéritif ensoleillé, tonique, inégalable. **A BOIRE TRÈS FRAIS.**

QUAND J'AI PRIS UN
CINZANO
O.O.OH!

VOUS AVEZ AUJOURD'HUI UN PETIT AIR COQUIN...

Cela vous va à merveille du reste; mais voyons, ne bougez pas un instant! Non! votre chapeau n'est pas plus penché que d'habitude.

Alors je voudrais bien savoir ce qui vous donne cet air malicieux!

Mais, entre nous, vous n'auriez pas pris un CINZANO?

■ Composé de vins choisis provenant de nos meilleurs vignobles, fabriqué à **Châteauneuf-les-Martigues** (Bouches-du-Rhône), le **CINZANO** grâce à son secret de fabrication et à la présence dans sa préparation de plantes sélectionnées, est un apéritif ensoleillé, tonique, inégalable. **A BOIRE TRÈS FRAIS.**

QUAND J'AI PRIS UN
CINZANO
O.O.OH!

JE NE VOUS AI JAMAIS VU CETTE MINE CONQUÉRANTE!

Mon Cher, voici quelques instants que je vous suis des yeux et en vérité vous m'étonnez!

Qu'allez-vous faire? Bâtir un monde nouveau?

Qu'est-ce qui a bien pu vous donner une telle assurance?

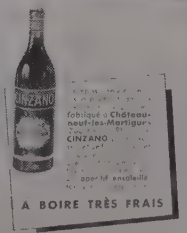
Au fait, j'ai compris, vous avez pris un CINZANO!

■ Composé de vins choisis provenant de nos meilleurs vignobles, fabriqué à **Châteauneuf-les-Martigues** (Bouches-du-Rhône), le **CINZANO** grâce à son secret de fabrication et à la présence dans sa préparation de plantes sélectionnées, est un apéritif ensoleillé, tonique, inégalable. **A BOIRE TRÈS FRAIS.**

QUAND J'AI PRIS UN
CINZANO
O.O.OH!

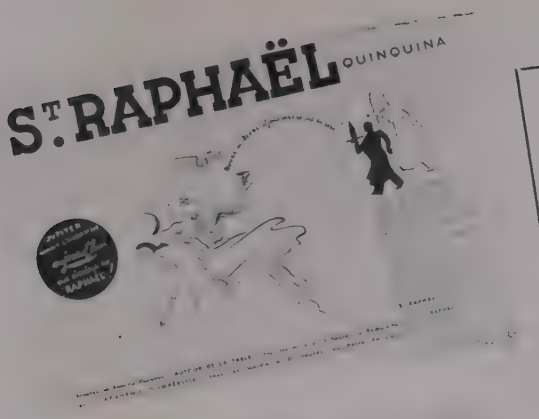
Charmante cette jeune fille blonde... Dommage qu'elle ait cet air mécontent!
Mais au fond je la comprends, ce n'est pas drôle d'être debout sur la plateforme de cet autobus bondé et trépidant! Le receveur le dérange sans cesse, les gens montent, descendent
Oh! mais, ce voisine, quel numéreux sourire
Vous ne sentez donc pas les secousses, Mademoiselle? Vous n'êtes pas trop bousculée
Non, Monsieur, je suis très bien!
Quel heureux caractère
Oh! vous savez, moi, quand j'ai pris un

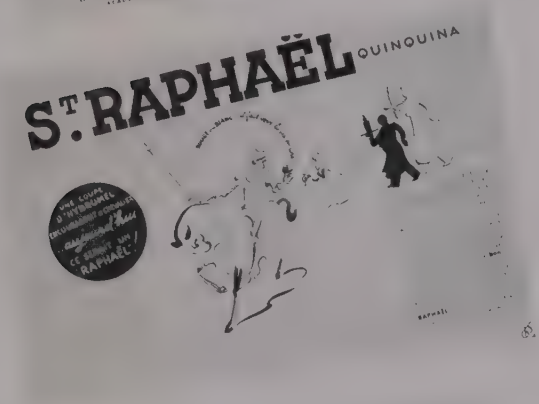
CINZANO

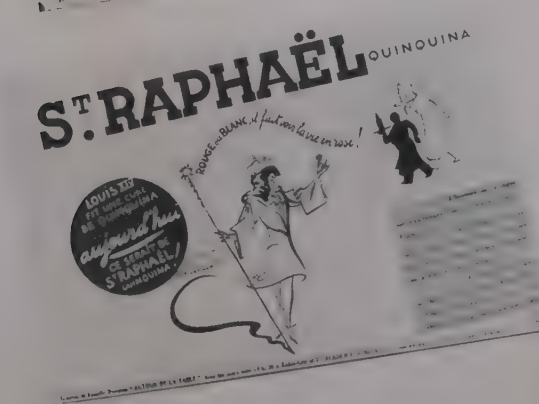


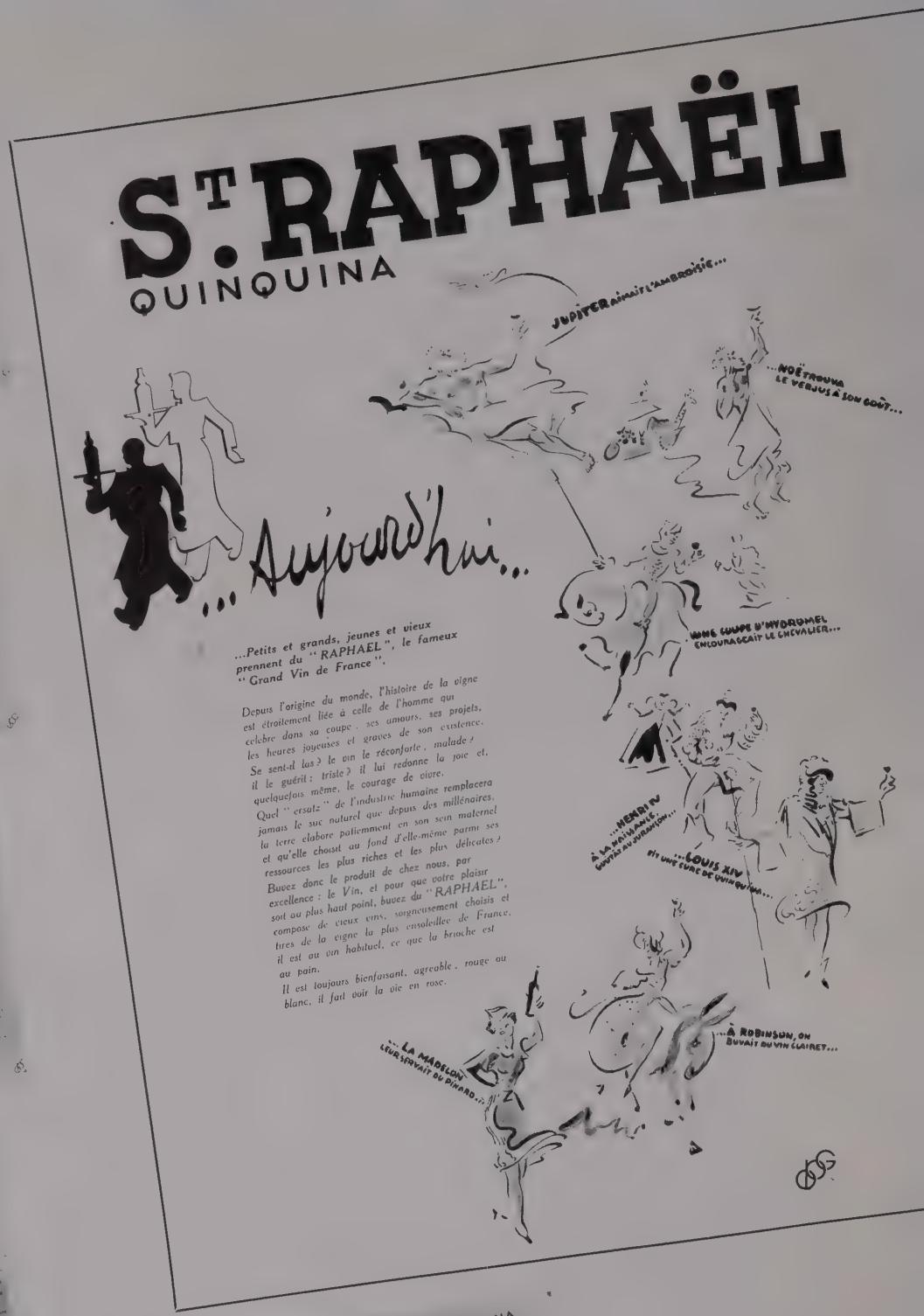
fabriqué à Châteauneuf-les-Martigues
CINZANO
A BOIRE TRÈS FRAIS

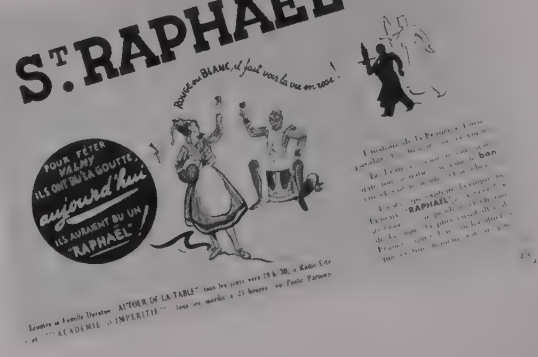
Série d'annonces pour l'apéritif Cinzano. Publicité **Plasal**. — Series of advertisements for Cinzano Vermouth. Publicité **Plasal**.







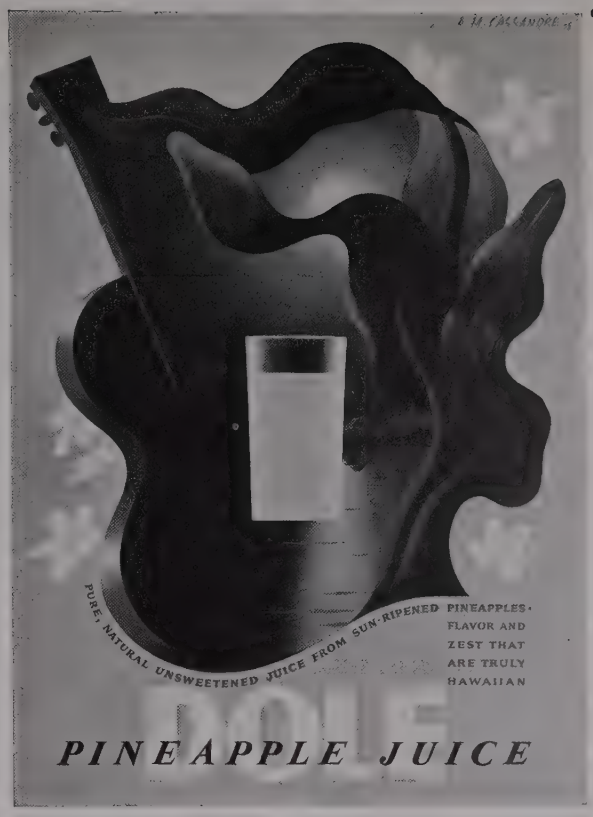




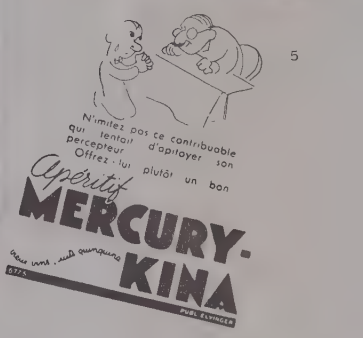
Campagne de presse réalisée par l'Office de Publicité Générale (Paris).

Press campaign for St Raphël aperient carried out by the Office de Publicité Générale.

1



2



1 et **2**. — Affiches de A. M. Cassandre pour une fabrique de conserves d'ananas.
Posters by A. M. Cassandre.

3. — Affiche de Marton. Création de l'**Alliance Graphique.**
Poster by Marton. Created by the **Alliance Graphique.**

4. — Annonce conçue par Elvinger, conseils en vente et en publicité, pour les vins de Bourgogne Antonin Rodet.
Advertisement planned by Elvinger, Sales and advertising, agency. of Antonin Rodet's Burgundy wines.

5. — Extraits d'une campagne conçue par Elvinger, conseils en vente et en publicité pour un apéritif.
Advertisements forming part of a publicity campaign for un aperient planned by Elvinger, Sales and advertising agency.

3

4

Pour que le homard et la dinde fassent bon ménage dans votre estomac...

pour que votre sommeil soit paisible, terminez le festin par Marie Brizard. Cette fine et délicieuse liqueur, faiblement alcoolisée, est particulièrement digestive à cause de l'anis vert qu'elle contient. Pour votre santé et votre plaisir, dégustez, à la fin de chaque repas, ce "super-dessert" : Marie Brizard !

MARIE BRIZARD

LA PLUS AVANTAGEUSE DES GRANDES MARQUES

1. — Annonce conçue et réalisée par la publicité **Arandel**, Paris.
Advertisement planned and carried out by Publicité **Arandel**, Paris.

VARIATION SUR LE "CHAMPAGNE DES EAUX DE TABLE"

SOUVENIRS

TEXTE DE COLETTE
DESSIN DE LUC-ALBERT MOREAU

Il est moins pénible de boire un verre de vin médiocre que d'avaler une gorgée d'eau fade. C'est à la qualité de l'eau que notre palais réserve ses délicatesses. Loin de m'ôter la subtilité qu'il faut pour apprécier les différents "crus" de l'eau, l'amour que j'ai pour le vin l'a développée.

Nous autres, amis du bon vin, nous savons boire l'eau saine en dehors des repas, et à grands verres. J'aime l'eau du réveil, l'eau d'après-midi, l'eau de minuit qui nous irrigue au sortir du théâtre ou du cinéma, l'eau des vacances, l'eau gaie des pique-nique sur la Côte provençale... Toutes ces eaux ne sont qu'une seule et même eau, bien froide, illuminée de bulles, si chargée de gaz naturel qu'elle humecte, durant qu'on la boit, les narines et les cils...

Du fond d'un grand gobelet bouillonnant montent les souvenirs avec l'effervescence. Mon petit pays d'autrefois, privé d'eau potable, buvait, l'été, l'eau obscure de ses citernes, souvent fétides. Pourtant, à cinq cents pas de là, coulait le trésor inutile des sources non captées, qui sous bois sortaient de terre avec un petit sanglot, se traçaient un lit, se perdaient, reparaissaient à la faveur de quelque usine pierreuse...

L'eau active que j'ai coutume de boire, je ne l'ai connue que bien plus tard. L'ayant goûtée, j'oubliai son nom, et je ne savais le lendemain comment la redemander.

— Enfin, garçon, vous savez bien ce que je veux dire... Une eau qui boudit quand on la débouche... Une eau qui rit. Une eau qui est dans la bouche comme une gorgée de Champagne et une poignée d'aiguilles.

— Ah ! je vois, dis le garçon.

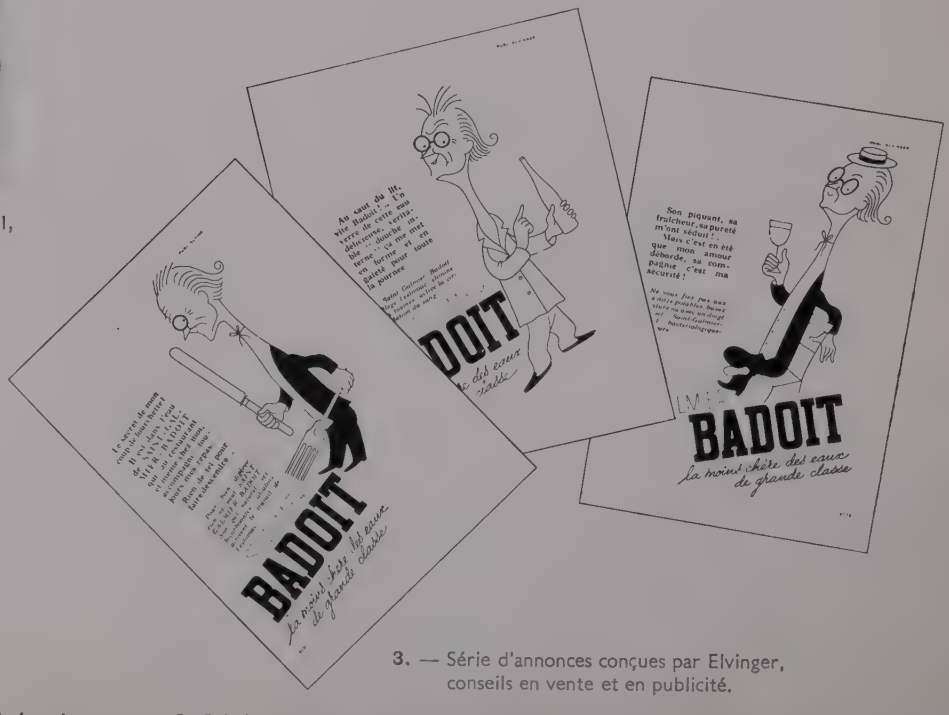
En effet, il ne se trompa pas, et m'apporta une bouteille d'Eau PERRIER.

Colette

PLASAL

LE CHAMPAGNE DES EAUX DE TABLE

2. — Annonce pour l'Eau Perrier. Publicité Plasal.
Advertisement for Perrier Water. Publicité Plasal.

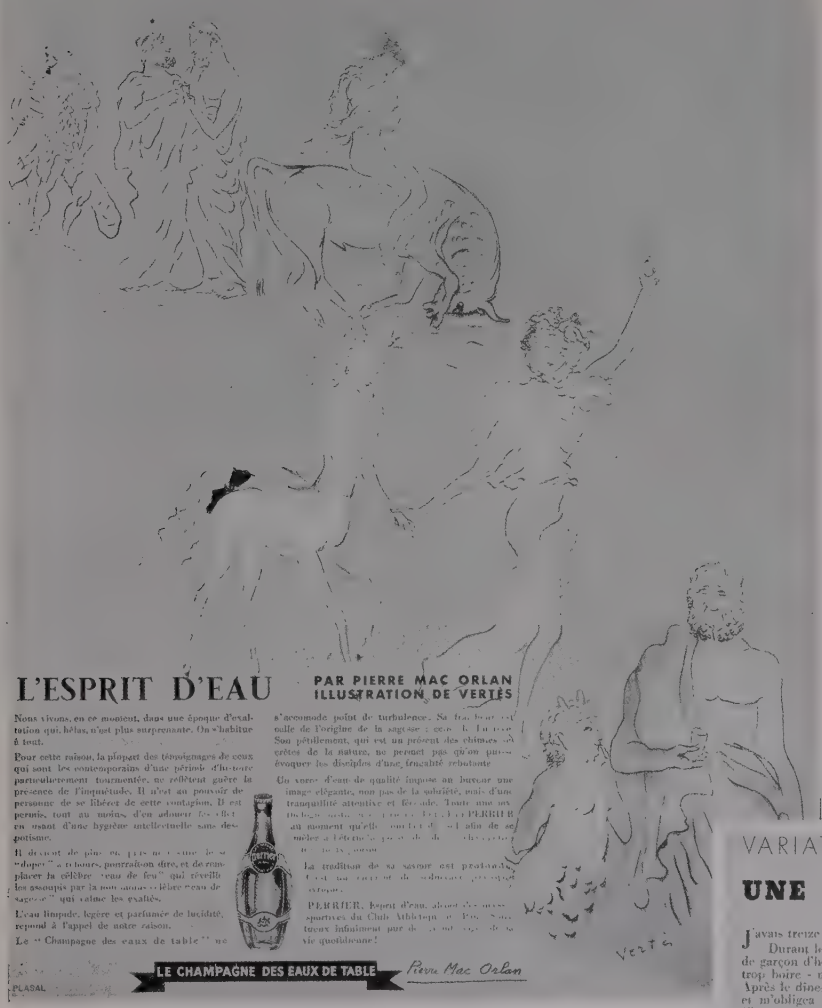


3. — Série d'annonces conçues par Elvinger, conseils en vente et en publicité.

Series of advertisements or St Galmier Badoit mineral water planned by Elvinger, sales and advertising agents.

Série d'annonces pour l'Eau Perrier. Publicité Plasal.

Series of advertisements for Perrier Water. Publicité Plasal.



L'ESPRIT D'EAU

PAR PIERRE MAC ORLAN
ILLUSTRATION DE VERTÈS

Nous vivons, en ce moment, dans une époque d'exaltation qui, hélas, n'est plus surprenante. On s'habitue à tout.

Pour cette raison, la plupart des témoignages de ceux qui sont les contemporains d'une période d'histoire particulièrement tourmentée, ne reflètent guère la présence de l'inquiétude. Il n'est au pouvoir de personne de se libérer de cette contagion. Il est permis, tout au moins, d'en admettre les effets en usant d'une hygiène intellectuelle sans despotisme.

Il devient de plus en plus [illegible] de se "doper" à toutes pourritures, et de remplacer la célèbre "eau de feu" qui réveille les assoupis par la non moins célèbre eau de sagesse qui calme les exaltés.

L'eau limpide, légère et parfumée de lucidité, répond à l'appel de notre raison.

Le "Champagne des eaux de table" ne s'accommode point de turbulence. Sa fraîcheur est [illegible] de l'origine de la sagesse [illegible]. Son pétillement, qui est un présent des chimies des crêtes de la nature, ne permet pas qu'on puisse évoquer les disciples d'une frénésie rebutante.

Un verre d'eau de qualité impose au buveur une image élégante, non pas de la sobriété, mais d'une tranquillité attentive et féconde. Toute une société [illegible] PERRIER au moment qu'elle [illegible] afin de se mêler à l'éternel [illegible]

[illegible]

la tradition de sa saveur est profonde. [illegible]

PERRIER, buvez d'eau, aimez les [illegible] sportives du Club Méditerranée. Vous [illegible] infiniment par de [illegible] de la vie quotidienne!

LE CHAMPAGNE DES EAUX DE TABLE — Pierre Mac Orlan

PLASAL

CHOISISSEZ-LA LÉGÈRE...

Perrier, O ma Perrier...

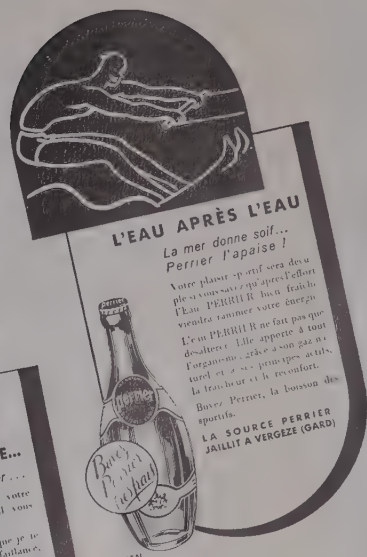
Si, comme dans la fable, votre estomac pouvait parler, il vous supplierait de l'épargner.

"Si tu veux, dirait-il, que je te serve fidèlement sans défaillance, préfère aux eaux lourdes et indigestes l'eau PERRIER légèrement minéralisée. Pétillante et fraîche c'est la pure et la saine qui elle nous apporte".

L'Eau PERRIER est la plus digestive des eaux minérales

Perrier

PLASAL



L'EAU APRÈS L'EAU

La mer donne soif... Perrier l'apaise!

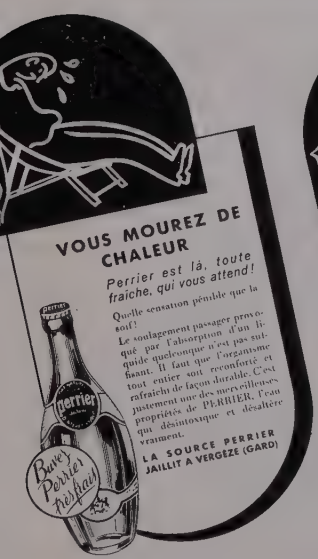
Votre plaisir sportif sera deux fois plus vif si vous savez qu'après l'effort l'Eau PERRIER fraîche vient vous ramener votre énergie.

L'eau PERRIER ne fait pas que désaltérer. Elle apporte à tout l'organisme, grâce à son gaz naturel et à ses principes actifs, la fraîcheur et le réconfort.

Buvez Perrier, la boisson des sportifs.

LA SOURCE PERRIER JAILLIT A VERGEZE (GARD)

PLASAL



VOUS MOUREZ DE CHALEUR

Perrier est là, toute fraîche, qui vous attend!

Quelle sensation pénible que la soif!

Le soulagement passager provoqué par l'absorption d'un liquide quelconque n'est pas suffisant. Il faut que l'organisme tout entier soit reconforté et rafraîchi. C'est justement une des merveilleuses propriétés de PERRIER, l'eau qui désintoxique et désaltère vraiment.

LA SOURCE PERRIER JAILLIT A VERGEZE (GARD)

PLASAL

RÉVEILS MOROSES...

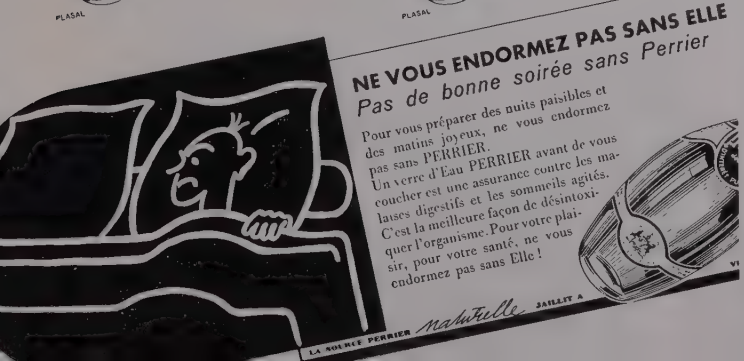
Rien n'égale l'Eau Perrier

Faites tous les matins, à jeun, la toilette de votre estomac avec un verre d'Eau Perrier et une tranche de citron.

Pure et légère, la Source Perrier, gazeuse naturelle, nettoie et vivifie l'organisme et crée une délicieuse impression de bien-être.

Perrier

PLASAL



NE VOUS ENDORMEZ PAS SANS ELLE

Pas de bonne soirée sans Perrier

Pour vous préparer des nuits paisibles et des matins joyeux, ne vous endormez pas sans PERRIER.

Un verre d'Eau PERRIER avant de vous coucher est une assurance contre les malaises digestifs et les sommeils agités. C'est la meilleure façon de désintoxiquer l'organisme. Pour votre plaisir, pour votre santé, ne vous endormez pas sans Elle!

LA SOURCE PERRIER naturelle JAILLIT A

VARIATION SUR "LE CHAMPAGNE DES EAUX DE TABLE"

UNE HISTOIRE D'EAU (MA PREMIERE CUITE)

PAR FRANCIS CARCO

ILLUSTRATION DE DIGNIMONT

J'avais treize ans.

Durant le repas de noce auquel j'assistais en raison de mes fonctions de garçon d'honneur, mes parents - qui m'avaient recommandé de ne pas trop boire - me voyaient avec ravissement vider de grands verres d'eau. Après le dîner, un cousin de la mariée m'entraîna dans un angle du Salon et m'obligea presque de force à sécher devant lui plusieurs coupes de Champagne.

Tu peux y aller, lui déclarai-je. N'aie pas peur. Je te tiens tête.

Mais le bal commençait. Je me souviens de la brusque allégresse que produisirent sur moi les premières mesures de l'orchestre. Des couples tournoyaient. Celui que je formais avec une jeune oie blanche alarma des familles. On dut m'arracher ma danseuse défaillante.

Les gens, les murs, les sièges, les lustres, semblaient pris de vertige. On me fit asseoir. On ouvrit une fenêtre.

Bah! ce n'est rien, déclara quelqu'un - L'air dissipera son malaise.

L'ami qui, tout à l'heure, m'avait sournoisement provoqué, ricana

Hé! Hé! l'entendis-je dire. Rond comme une pomme. Quelle cuite!

Cet enfant, gémit ma pauvre mère toute bouleversée. Je l'ai surveillé pendant le repas et jamais je ne l'ai trouvé plus raisonnable.

— Va te coucher! ordonna sèchement mon père.

Lui-même m'empoigna par un bras et me traîna vers la sortie. On m'étendit dans le vestibule sur une chaise longue.

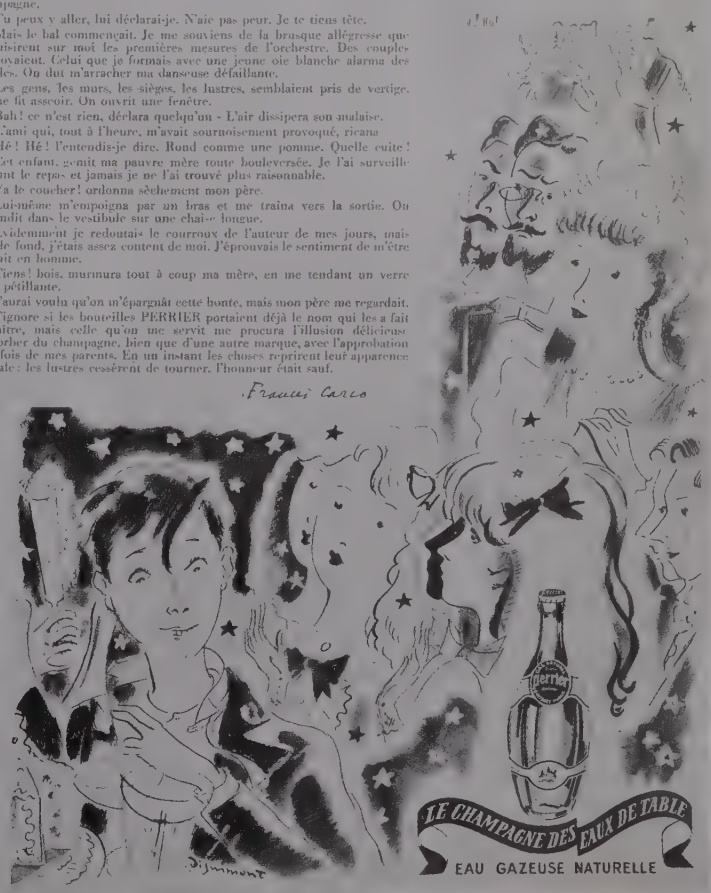
Evidemment je redoutais le courroux de l'auteur de mes jours, mais dans le fond, j'étais assez content de moi. J'éprouvais le sentiment de m'être conduit en homme.

— Tiens! bois, murmura tout à coup ma mère, en me tendant un verre d'eau pétillante.

J'aurai voulu qu'on m'épargnât cette honte, mais mon père me regardait.

J'ignore si les bouteilles PERRIER portaient déjà le nom qui les a fait connaître, mais celle qu'on me servit me procura l'illusion délicieuse d'absorber du champagne, bien que d'une autre marque, avec l'approbation cette fois de mes parents. En un instant les choses reprirent leur apparence normale: les lustres cessèrent de tourner, l'honneur était sauf.

Francis Carco



LE CHAMPAGNE DES EAUX DE TABLE

EAU GAZEUSE NATURELLE

PLASAL

Le matin, je leur donnais du [illegible]

... docteur m'a dit

Vous ne le nourrissez pas!

[illegible] et cependant je croyais bien faire en le gardant ce qu'il aimait. Et je voyais ce petit avec un teint pâle sans goût au travail, sans jeux.

Et [illegible] je disais chaque soir au docteur qu'il était [illegible]

Ah, ça, par exemple, qu'est-ce que vous dites là, me répondit-il. Mais ce n'est pas normal. Donnez-lui donc une bonne tasse de **BANANIA**, le matin avant son départ à l'école et revenez me voir dans 15 jours.

Eh bien! croyez-moi ce brave petit a changé à vue d'œil. Il a [illegible] du dehors, il travaille [illegible] il court! il a [illegible] ses [illegible] du retour à midi, et il [illegible] en redemande à chaque repas.

Faites comme moi, adressez-vous à **BANANIA**!

Bonheurs matinaux, en prenant tous les jours vos matins notre **BANANIA**!

Voici ce qu'est BANANIA

BANANIA

PETIT DÉJEUNER RECONSTITUANT

Formule médicalement contrôlée

★

BANANIA vous offre chaque semaine de nombreux concerts radiophoniques. Demandez le programme complet et écoutez-les!

BON pour **4** DÉJEUNERS GRATUITS à adresser avec timbre à 0,65 à BANANIA - COURBEVOIE (Seine)

Pub. R. L. Dupuy

Le matin, je prenais du [illegible] et des [illegible]...

Le **docteur** m'a dit

Gare à l'embonpoint!

...et, en effet, je crois bien que je commençais à m'empâter. Je voyais ça à mes robes. Aussi, tu penses si j'ai eu vite changé de régime. Je me suis mise au **BANANIA**... qui n'est pas un régime, mais un régal.

Voici plus d'un mois que j'en prends et je sens un changement très net!

D'abord, j'ai l'impression d'être **nourrie**, sans être gavée. Tu connais mon appétit! Et puis, je suis plus vive. Et jamais fatiguée en fin de matinée.

Essaie-le, tu auras meilleur teint, meilleur moral, tu ne bâilleras plus en attendant midi et tu verras la vie en rose comme moi!

Voici ce qu'est BANANIA

BANANIA

PETIT DÉJEUNER RECONSTITUANT

Formule médicalement contrôlée

★

BANANIA vous offre chaque semaine de nombreux concerts radiophoniques. Demandez le programme complet et écoutez-les!

BON pour **4** DÉJEUNERS GRATUITS à adresser avec timbre à 0,65 à BANANIA - COURBEVOIE (Seine)

Pub. R. L. Dupuy

Le matin, vous prenions du [illegible], du [illegible] du [illegible] et...

... docteur m'a dit: Vous n'êtes

ni logiques, ni raisonnables!

Vous n'êtes pas logiques, car vous préparez chaque matin [illegible] déjeuners différents.

Croyez-vous que ce soit possible de trouver un seul petit déjeuner **un vrai**, qui vous convienne à tous?

Vous n'êtes pas raisonnables non plus, car vous prenez, [illegible] tous ces aliments différents sans doute.

Alors, écoutez-moi: [illegible] tous une bonne tasse de **BANANIA**: c'est chaud [illegible] tous [illegible]

Ce sera [illegible] seul sans [illegible] sur [illegible] et cela [illegible] pour la matinée.

C'est [illegible] pour la [illegible]

Prenez **BANANIA**... et vous serez tous en pleine forme.

Formule médicalement contrôlée

BANANIA

PETIT DÉJEUNER RECONSTITUANT

BON pour **4** DÉJEUNERS **gratuits** à adresser avec timbre à 0,65 à **BANANIA**

Demandez le programme complet des concerts T.S.F. Ecoutez-les!

Pub. R. L. Dupuy

Le matin, je prenais du [illegible] et du [illegible]

Le docteur m'a dit

Vous n'avez plus 20 ans!

[illegible] et [illegible] le moindre écart peut avoir des conséquences [illegible]

Ne [illegible] donc pas n'importe quoi à votre petit déjeuner!

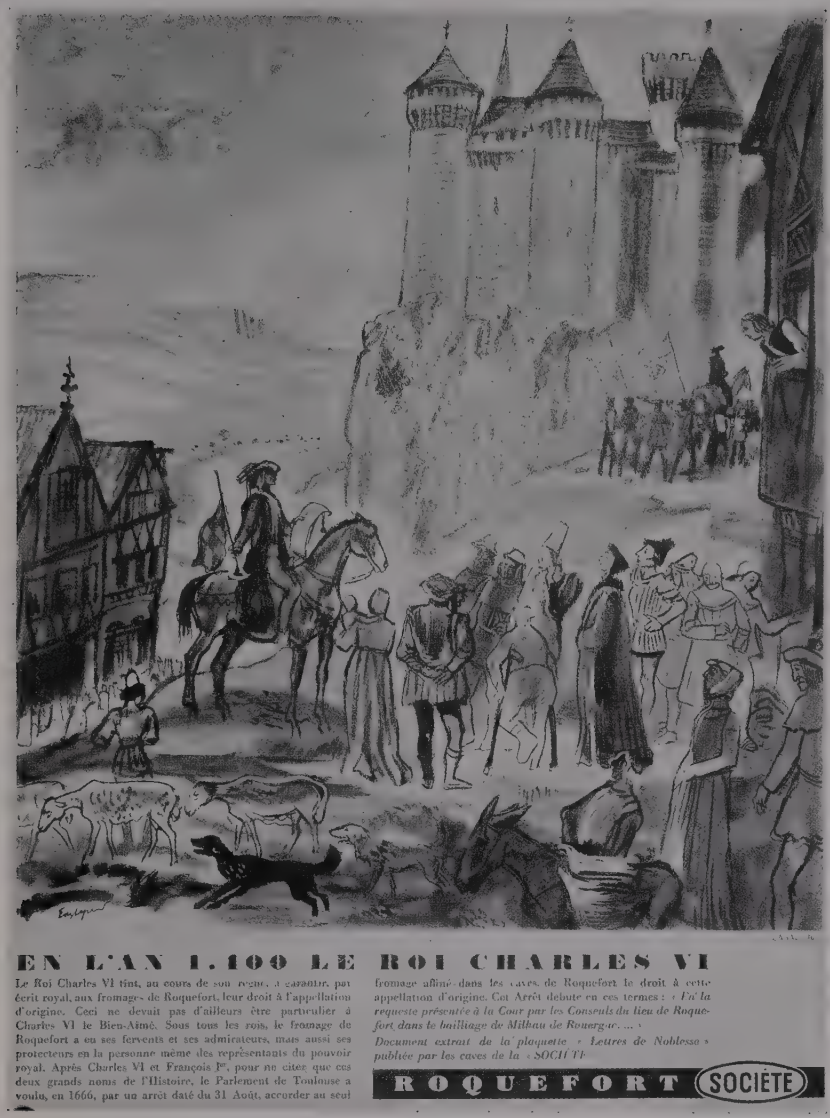
Il vous faut uniquement **un aliment de soutien**, quelque chose de [illegible] facile à digérer, qui vous donne des **calories, sans** fatigue pour [illegible]

BANANIA est tout indiqué. Il ne "bourre" pas, [illegible] [illegible] [illegible]

1. — Annonce pour le Roquefort « Société ». Publicité Plasal.
Advertisement for « Société » Roquefort. Publicité Plasal.

2. — Affiche de Fix Masseau.
Poster by Fix Masseau.

3. — Images extraites d'un film publicitaire pour une marque d'huile, réalisé par Jacques Asseo et Marcel Bovis (Production « Les Gémeaux »).
Pictures from a film advertising a brand of oil, directed by Jacques Asseo and Marcel Bovis (Production « Les Gémeaux »).



EN L'AN 1.400 LE ROI CHARLES VI

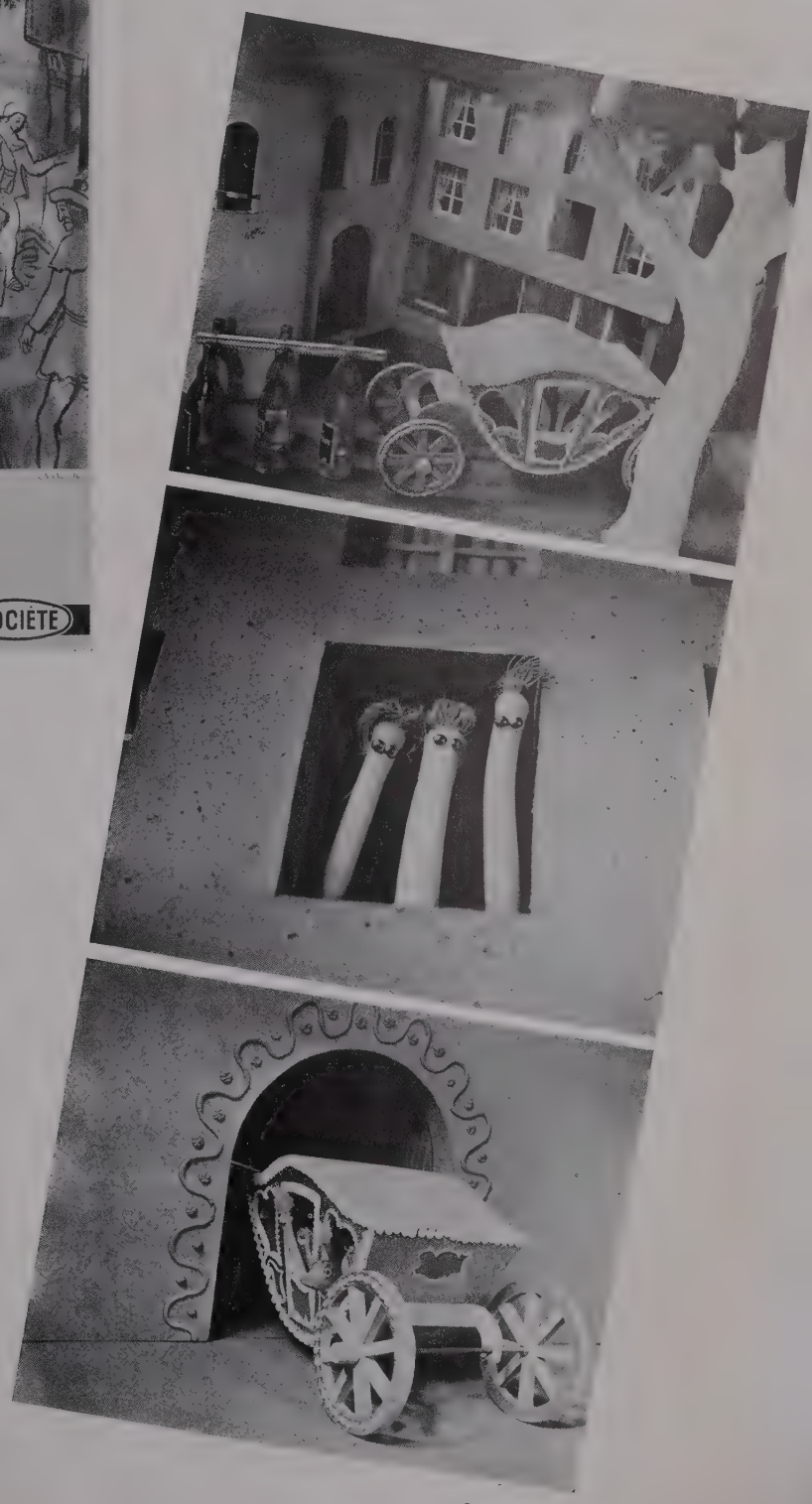
Le Roi Charles VI tint, au cours de son règne, à garantir, par écrit royal, aux fromages de Roquefort, leur droit à l'appellation d'origine. Ceci ne devait pas d'ailleurs être particulier à Charles VI le Bien-Aimé. Sous tous les rois, le fromage de Roquefort a eu ses fervents et ses admirateurs, mais aussi ses protecteurs en la personne même des représentants du pouvoir royal. Après Charles VI et François Ier, pour ne citer que ces deux grands noms de l'Histoire, le Parlement de Toulouse a voulu, en 1666, par un arrêt daté du 31 Août, accorder au seul fromage affiné dans les caves de Roquefort le droit à cette appellation d'origine. Cet Arrêt débute en ces termes : « *En la requeste présentée à la Cour par les Consuls du lieu de Roquefort dans le bailliage de Milhau de Rouergue, ...* »

Document extrait de la plaquette « Lettres de Noblesse » publiée par les caves de la « SOCIÉTÉ »

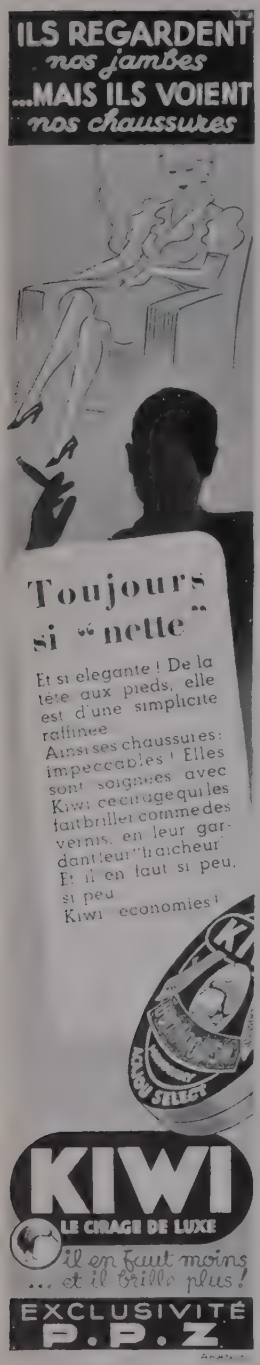
ROQUEFORT SOCIÉTÉ

1

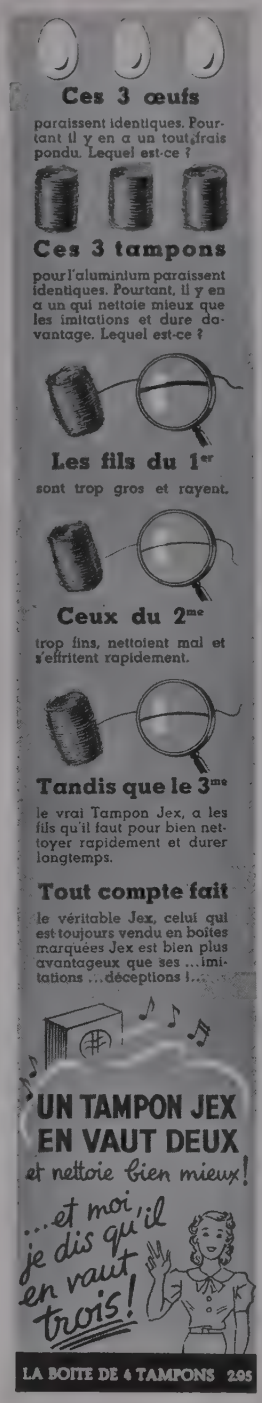
2



3



1



2

1-2. — Annonces conçues et réalisées par la Publicité **Arandel**, Paris.

Advertisements planned and carried out by Publicité **Arandel**, Paris.

3. — Annonce pour le matelas Dunlopillo. (Productions publicitaires Pierre Philippe.)
Advertisement for Dunlopillo mattresses. (Productions publicitaires Pierre Philippe.)

PRODUITS

4

4. — Annonce pour le matelas Simmons. (Publicité Plasal.)

Advertisement for Simmons mattresses. (Publicité Plasal.)

1. — Annonce pour le matelas Dunlopillo, (Productions publicitaires Pierre Philippe.)
Advertisement for Dunlopillo mattresses. (Productions publicitaires Pierre Philippe.)

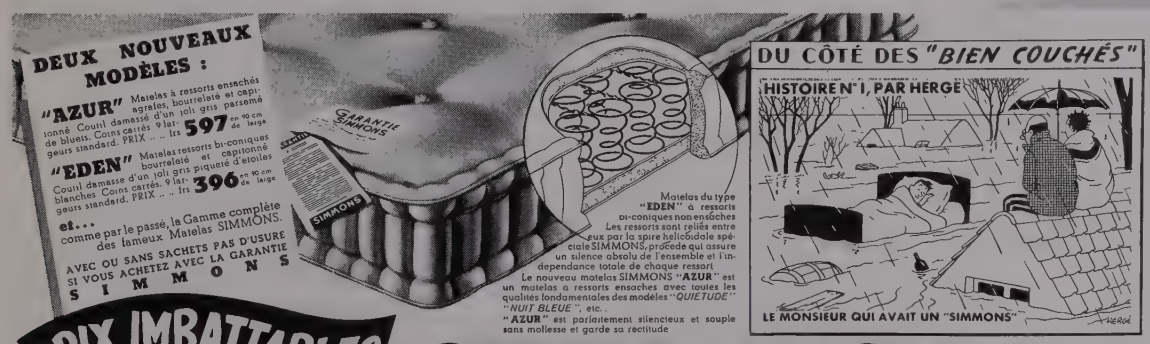
2

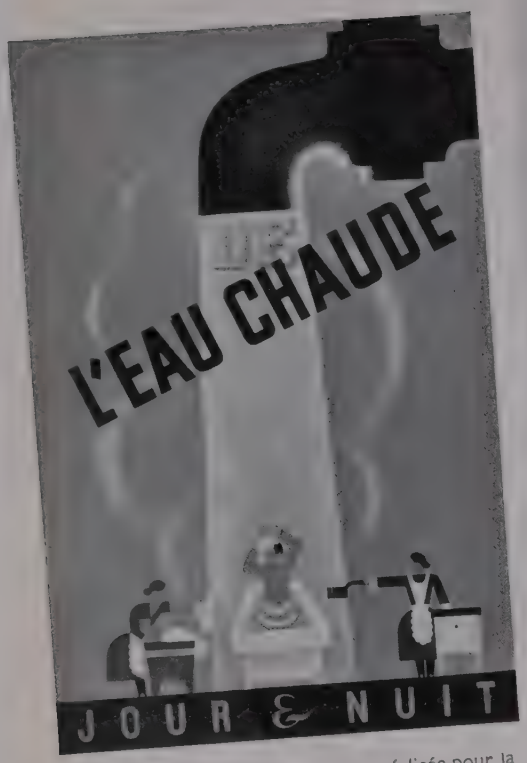
2. — Création A. Pouprou pour les papiers peints Leroy.
Advertisement by A. Pouprou for Leroy painted papers.

3

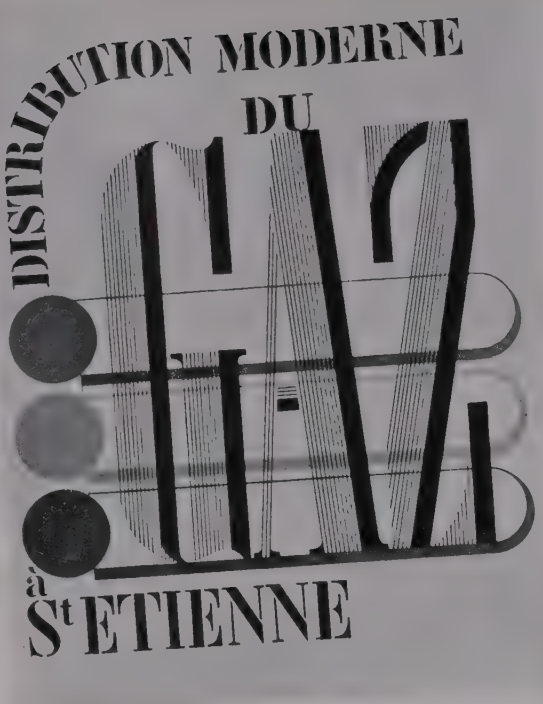
3. — Création A. Pouprou pour un insecticide.
Advertisement by A. Pouprou for an insecticide.

MÉNAGERS

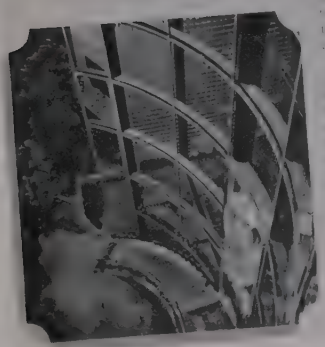

DEUX NOUVEAUX MODÈLES :
"AZUR" Matelas à ressorts ensachés agraffés, bourrelets et capitonné de blouis. Coins carrés d'un joli gris parsemé de blouis. Coins carrés d'un joli gris parsemé de blouis. Coins carrés d'un joli gris parsemé



1. — Couverture d'une plaquette réalisée pour la C. P. D. E. par les Éditions Perceval, Paris.
Cover, of a leaflet designed for the C. P. D. E. by Perceval, Paris.



2. — Couverture d'une brochure éditée par Perceval, Paris.
Cover of a brochure edited by Perceval, Paris.



3. — Pages intérieures du Livre d'Or publié à l'occasion de l'Exposition Internationale de 1937 pour les Glaces de Saint-Gobain. (Éditions Perceval, Paris).
Two pages from the Golden Book published for the Saint-Gobain plate-glass factory on the occasion of the 1937 International Exhibition. (Edited by Perceval, Paris).

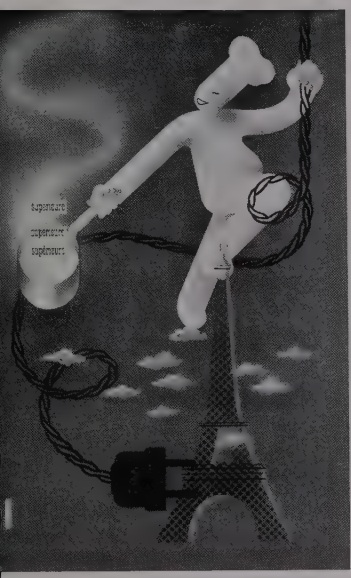
OUTILLAGE, GAZ,

4 et 5. — Deux annonces de la campagne réalisée par R.-L. Dupuy, conseils en publicité, pour le Gaz de Paris.
Two advertisements for a Gas Company, part of a campaign carried out by R. L. Dupuy, consulting advertiser.

4

5

ÉLECTRICITÉ



1. — Couverture de Jean Colin pour une plaquette de la Compagnie Parisienne de Distribution d'Électricité éditée par l'Agence Française de Propagande.

Cover by Jean Colin for a Paris Electricity Company leaflet edited by the Agence française de propagande.

10.000 francs... elle est à vous!

Un premier versement de 10.000 frs, le solde par mensualités de 300 frs, et vous aurez, bien à vous, la maison de votre goût : 3 pièces, entrée, cuisine, toilette, w. c. L'État même peut vous aider : demandez-nous comment constituer votre dossier.

PARIS TRAVAUX

SERVICE DES DEVIS A

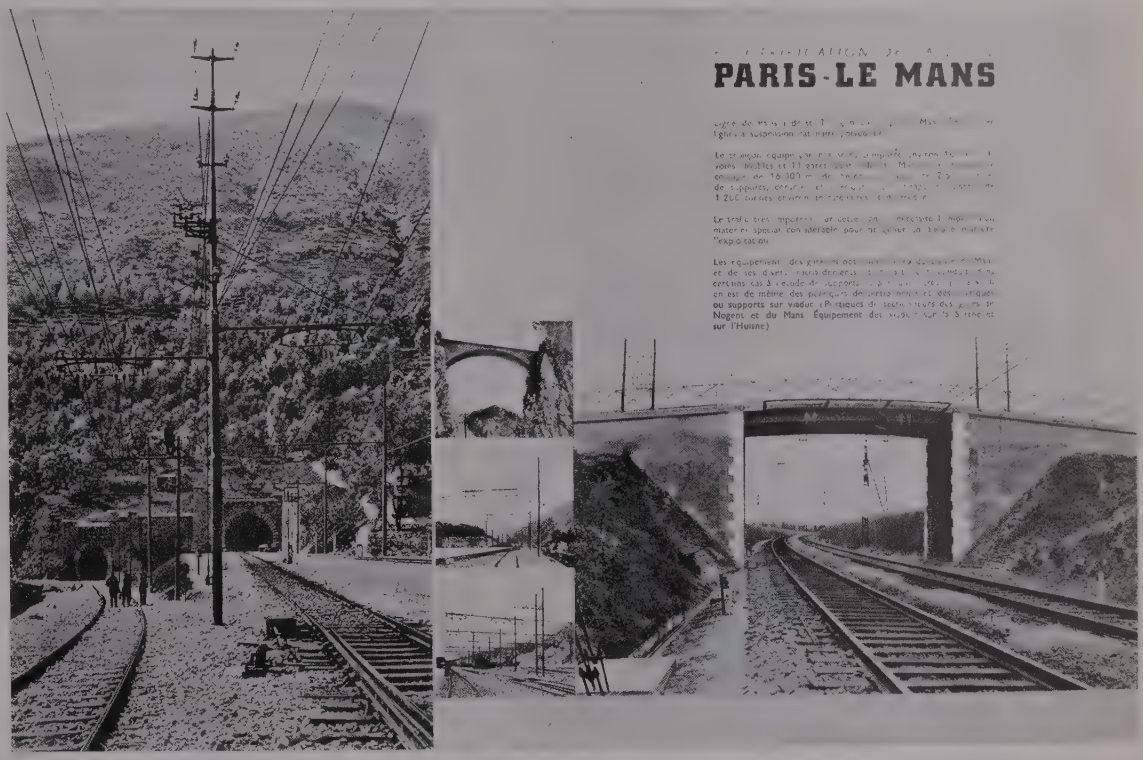
19, R. DROUOT, PARIS - PROV. 62-29

2. — Annonce Paris-Travaux. Réalisation Jep et Carré, conseils en publicité, Paris.

Advertisement for " Paris Travaux", realized by Jep et Carré.

3. — Pages intérieures d'une brochure éditée par **Paul-Martial** pour la Compagnie Continentale du Gaz, à Lille.

Pages from a brochure edited by **Paul-Martial** for the Compagnie Continentale du Gaz.

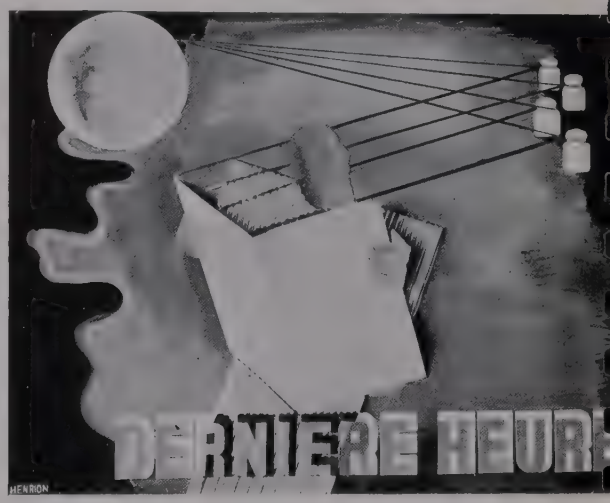


4. — Pages intérieures d'une brochure éditée par **Paul-Martial** pour l'Entreprise Industrielle.

Pages from a brochure edited by **Paul-Martial** for the Entreprise Industrielle.

1. — Annonce pour la cuisinière Aga (Publicité Damour).
Advertisement for Aga cooking-stoves (Publicité Damour).

3. — Projet d'affiches de Suzanne Reymond pour la C. P. D. E.
Posters designs by Suzanne Reymond for the C. P. D. E. (Paris Electricity Company).



4. — Enseigne lumineuse pour la C.P.D.E. Composition de F. H. K. Henrion.
Luminous poster for the C. P. D. E. Composition by Henrion.

2. — Couverture de deux encarts « Anthracite Anglais » (Éditions **Paul-Martial**).
Covers of two leaflets for " English Anthracite " (edited by **Paul-Martial**).

5. — Campagne "Pile Hydra" réalisée par R.-L. Dupuy, conseils en publicité.

Advertising campaign for « Hydra » torches carried out by R. L. Dupuy, consulting advertiser.

Annonces pour les parfums « Coty » réalisées par **Havas.**

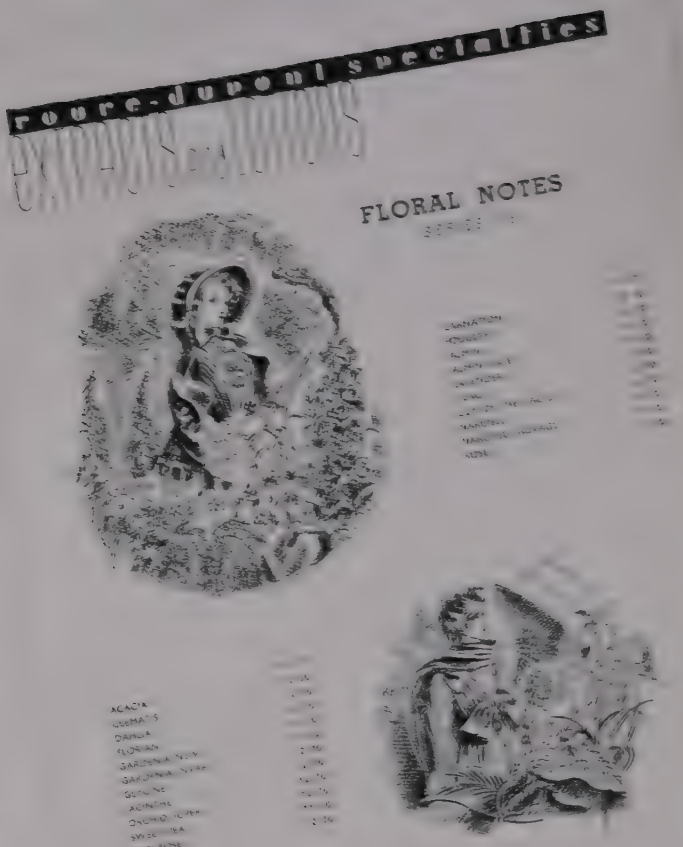
Advertisements for « Coty » perfumes. Produced by **Havas.**

★ PARFUMERIE ★

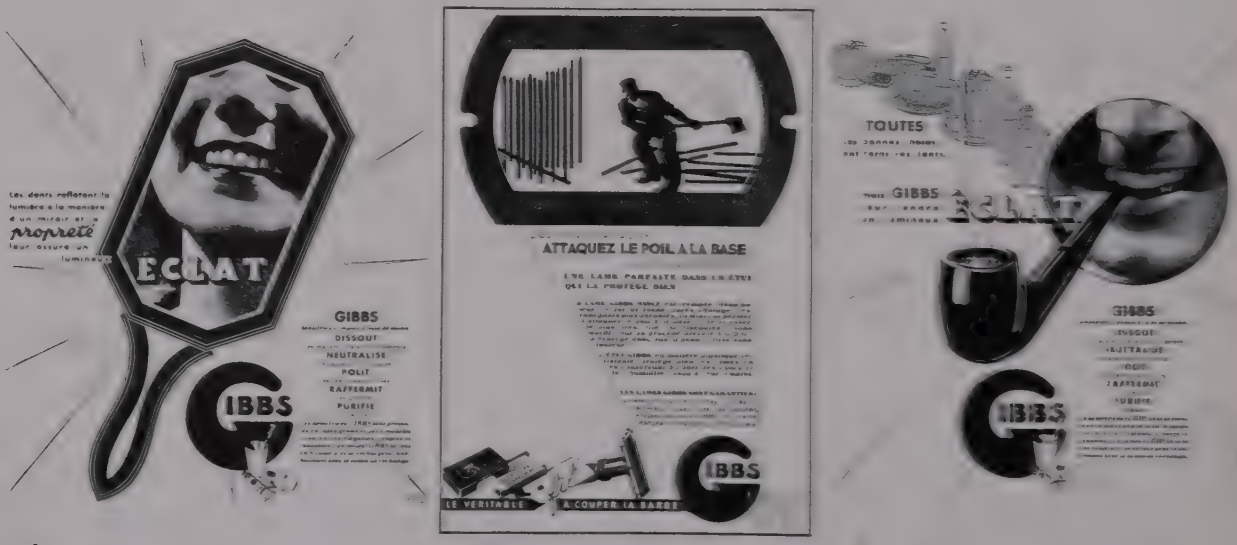
Extraits d'une campagne publicitaire. Réalisation **Havas.**

Advertisements forming part of a publicity campaign. Produced by **Havas.**

1. — Couverture dessinée par Touchagues, pour une revue éditée par Plasal, Paris, pour la Maison Roure-Dupont.
Cover designed by Touchagues for a review published by Plasal, Paris, for the Maison Roure-Dupont.



2. — Page intérieure [illegible] pour la Maison Roure-Dupont, par Plasal.
Page from a publication [illegible] for the Maison Roure-Dupont by Plasal.

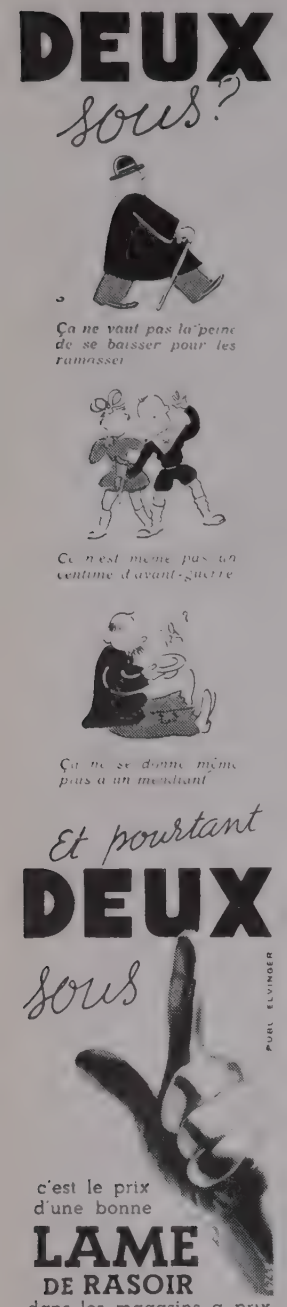


A B C

3. — Série d'annonces de A. Pouprou pour le dentifrice Gibbs (A et C), la lame de rasoir Gibbs (B) et le savon à barbe Gibbs (D).
Series of advertisements by A. Pouprou for Gibbs (A and C, tooth-paste; B, razor blades; D, shaving-soap).

Trois affiches de Libis, pour Imédia, Création l'Oréal.
Three posters by Libis, for Imédia hair-dye, produced by Oréal.

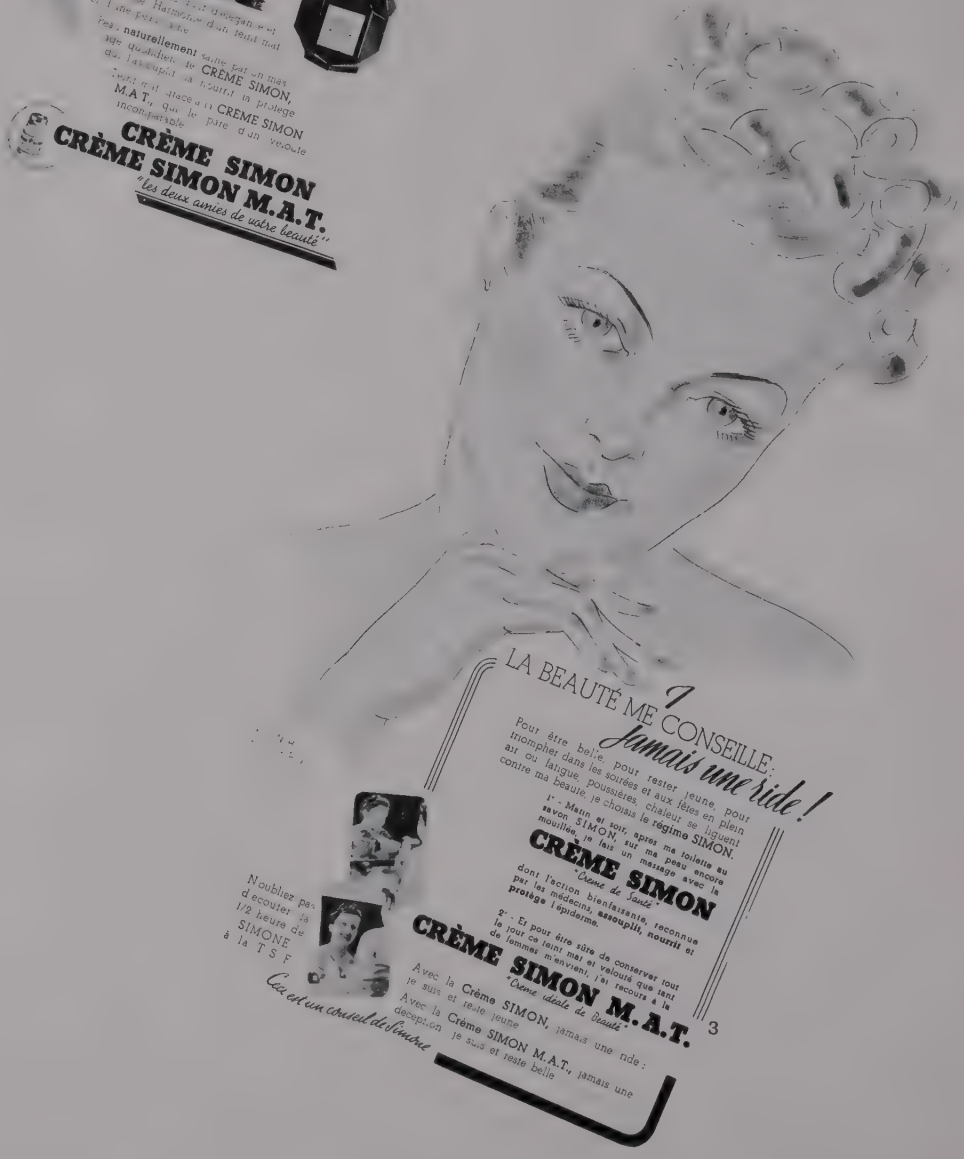
D



1. — Annonce de quotidien pour la lame de rasoir « Normandie ». Publicité Elvinger, conseils en vente et en publicité.

Newspaper advertisement for « Normandie » razor-blades. Publicité Elvinger, sales and advertising agency.

2



3

2 et 3. — Annonces de revue pour la « Crème Simon ». Réalisation R.-L. Dupuy, conseils en publicité.

Review advertisement for « Simon » beauty-cream. Designed by R.-L. Dupuy, consulting advertiser.

1. — Projet d'annonce pour un parfum. Composition de Bino.
Design of an advertisement for a perfume. Composition by Bino.

LA RÉVÉLATION DE L'ANNÉE

La Nouvelle

Lame Le Coq

EXTRA-MINCE · EXTRA-DOUCE

Si vous ne l'avez pas encore fait, essayez à votre tour la Nouvelle Lame Le Coq Extra-Mince, Extra-Douce et remarquez comme elle coupe le poil *nettement, franchement*. Même en vous rasant "de très près", vous ne constaterez aucune rougeur, aucune irritation.

Cette étonnante *douceur de coupe*, la nouvelle Lame Le Coq la doit tout d'abord à son *extrême minceur* : 10/100e. Ensuite à la *qualité de l'acier* employé : un acier suédois spécial, fort coûteux, d'une finesse de grain et d'une homogénéité parfaites, qui supporte à merveille la *double trempe électrique*.

Pas de morfil

L'affûtage de la Nouvelle Lame Le Coq, Extra-Mince, Extra-Douce, *est rigoureusement contrôlé jamais de "morfil"*, mais un tranchant net sans "bavure".

Toutes ces qualités justifient déjà le succès de cette lame merveilleuse. Il faut encore y ajouter son prix très avantageux : 5 francs le paquet de 5 et 10 francs le paquet de 10. Une raison de plus pour l'adopter !

Attention ! Exigez bien le Paquet

ROUGE et NOIR

5 Fr. et 10 Fr.

LAMES ET RASOIRS **LE COQ**
8, Rue Réval, PARC-St-MAUR (Seine)

JEP & CARRÉ

2. — Annonce pour les lames Le Coq. Réalisation Jep et Carré, conseils en publicité, Paris.

Advertisement for Le Coq razor-blades, executed by Jep et Carré, consulting advertisers, Paris.

3. — Annonce pour un rouge à lèvres. Réalisation Jep et Carré, conseils en publicité, Paris.

Advertisement for a lipstick, executed by Jep et Carré, consulting advertisers, Paris.

Le Club de la Bonne Humeur publie ses Statuts

Un véritable Code d'Optimisme et de parfaite Santé

Insigne Officiel

Article 1 Il est fondé, entre toutes les personnes en bonne santé désireuses d'extérioriser leur joie de vivre, un Club qui prend le nom de Club de la Bonne Humeur.

Article 2 On devient membre du Club de la Bonne Humeur :

1° Quand on manifeste en toute circonstance son entrain, sa gaieté et sa joie de vivre ;

2° Quand on s'engage à lutter contre la Paresse Organique ;

3° Quand on prend chaque matin la «petite dose» quotidienne de Kruschen

Article 3 Ne peuvent faire partie du Club

1° Les personnes chez qui la constipation habituelle engendre des idées noires, des migraines, des lourdeurs, une lassitude persistante ;

2° Les personnes sujettes à de mauvaises digestions et aux maux d'estomac qui aigrissent le caractère ;

3° Les personnes dont l'existence est assombrie par des rhumatismes, des maux de reins, de la sciatique ou que toutes douleurs de ce genre empêchent de jouir de la vie ;

4° Toute personne, homme ou femme, qui se laisse envahir par l'embonpoint.

Exceptionnellement, pourront être admis comme Compagnons de la Bonne Humeur tous ceux qui auront commencé une cure de Sels Kruschen

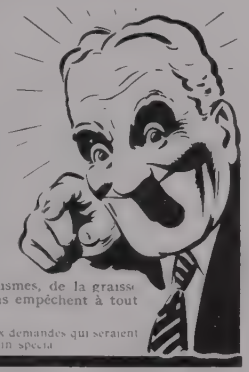
Article 4 La qualité de membre du Club se perd par la constipation négligée, les rhumatismes, les névralgies, les troubles digestifs, la paresse intestinale, le ralentissement des fonctions d'élimination, la tendance à l'obésité, l'irritabilité du caractère et, d'une manière générale, quand on cesse de prendre la petite dose quotidienne

Article 5 Le Club de la Bonne Humeur est placé sous l'autorité d'un Président qui sera désigné par la prochaine Assemblée générale

Êtes-vous Compagnon de la Bonne Humeur ?

Pour le devenir, rien de plus simple : l'inscription et l'insigne sont absolument gratuits. Il suffit de les demander en se servant du bulletin spécial ci-joint aux flacons de Sels Kruschen qu'on trouve dans toutes les pharmacies

Du jour où vous prenez chaque matin votre «petite dose» de Sels Kruschen, vous gagnez le *titre* de Compagnon de la Bonne Humeur. Vous gagnez aussi la *pleine santé*, qui donne à ce titre tout son prix. Kruschen vous débarrasse de la constipation, des mauvaises digestions, des troubles du foie et de l'estomac, des maux de reins, des rhumatismes, de la graisse superflue et des mille malaises qui vous empêchent à tout moment d'être vous-même.



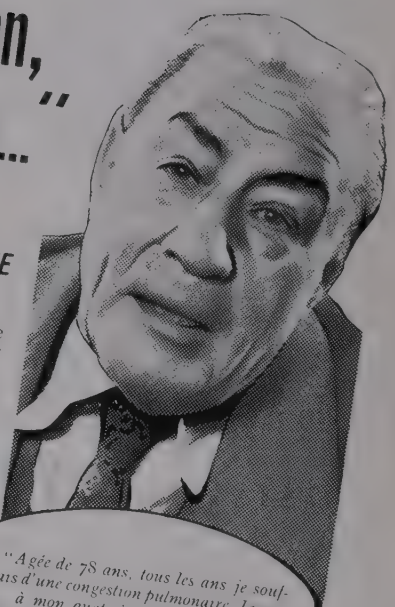
[illegible] donne satisfaction aux demandes qui seraient [illegible] un spécial

1. — Annonce pour les Sels Kruschen. Réalisation Jep et Carré, conseils en publicité, Paris.

Advertisement for Kruschen Salts, executed by Jep et Carré, consulting advertisers, Paris.

"Je n'y peux rien, c'est l'âge..."

Ainsi parle l'homme qui ne connaît pas la QUINTONINE



COMBIEN de robustes vieillards font envie à de plus jeunes par leur appétit, leur entrain, leur résistance ! Vous êtes, au contraire, et malheureusement, de ceux que la fatigue ou la maladie a vieillis prématurément. Vous sentez vos forces diminuées, votre appétit est languissant et la nourriture ne vous profite pas ; vous êtes abattu et sans entrain... Il ne faut pas vous décourager ! Pour vous rétablir, quelques flacons de Quintonine suffiront !

Belle santé vaut jeunesse

La Quintonine réveille l'appétit, facilite la digestion et l'assimilation des aliments. Elle va vous refaire du bon sang et vous rendre pareil à ceux dont on admire la verte vieillesse.

La Quintonine est d'ailleurs salutaire à tout âge, et toutes les fois qu'il faut combattre un état de dépression, qu'il soit produit par le surmenage, la maladie ou par la croissance, le retour d'âge, etc...

La Quintonine ne peut jamais faire que du bien car son action est purement naturelle. Elle n'est composée que de plantes (Quinquina, Kola, Gentiane, Oranges amères, etc...) et de Glycérophosphate de Chaux.

Achetez-en un flacon et commencez votre cure aujourd'hui même.

DES PREUVES :

"Agée de 78 ans, tous les ans je souffrais d'une congestion pulmonaire. Je suis à mon quatrième flacon de Quintonine et je m'en trouve très bien. Je reprends des forces."

Mme HAKEMPS,
34, Rue J.-J.-Rousseau, Lille.

"Voilà déjà quelque temps que je me sers de la Quintonine. Je me porte comme à 25 ans, malgré mon âge de 78 ans."

Louis TOURNEMILE,
à Orières, par Melvière (Aveyron)

QUINTONINE donne bonne mine

Toutes pharmacies 5F.75 le flacon

JEP & CARRÉ

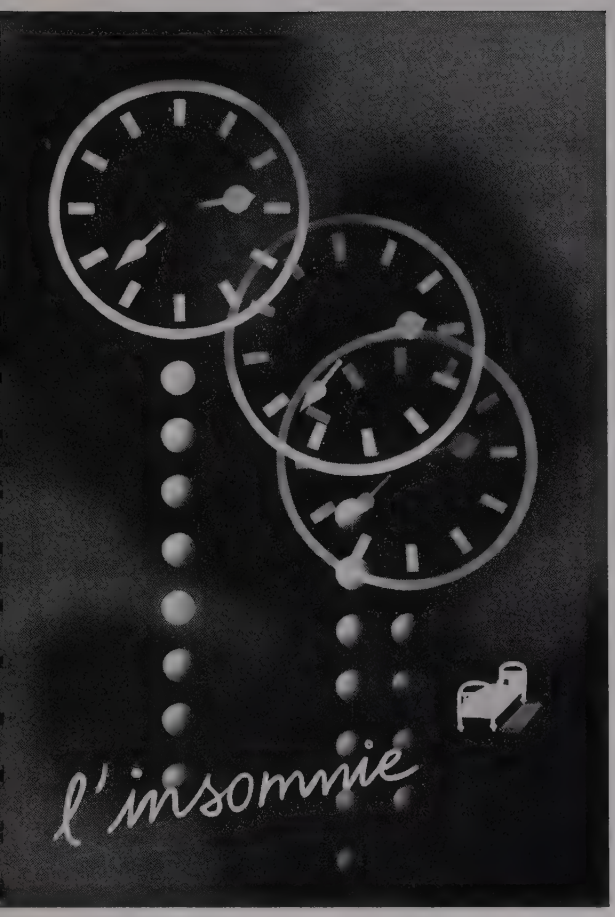
2. — Annonce pour la Quintonine. Réalisation Jep et Carré, conseils en publicité, Paris.

Advertisement for Quintonine Tonic, executed by Jep et Carré, consulting advertisers, Paris.

★ *Fija el Calcio* ★
Favorece el desarrollo

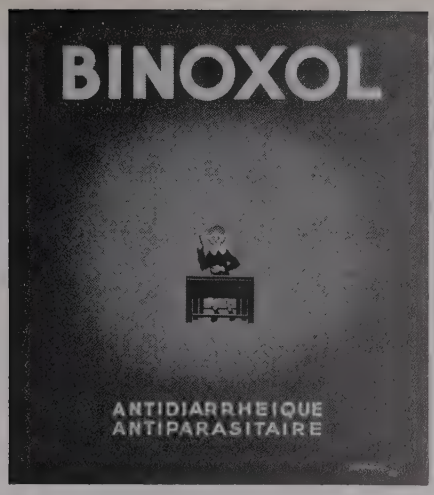
3. — Dépliant réalisé pour les Laboratoires Laurençon, Villefranche-sur-Saône, par Jep et Carré, conseils en publicité, Paris.

Folder executed for the Laurençon Laboratories, Villefranche-sur-Saône, by Jep et Carré, consulting advertisers, Paris.



1. — Couverture d'un dépliant pharmaceutique pour un somnifère, par Gabriel Zwicky.

Cover design of an advertising folder for a narcotic by Gabriel Zwicky



2. — Encart exécuté par le studio Aljanvic pour les Laboratoires Kuhlmann.

Leaflet for a remedy against diarrhoea, executed by the Aljanvic studio for the Kuhlmann Laboratories.

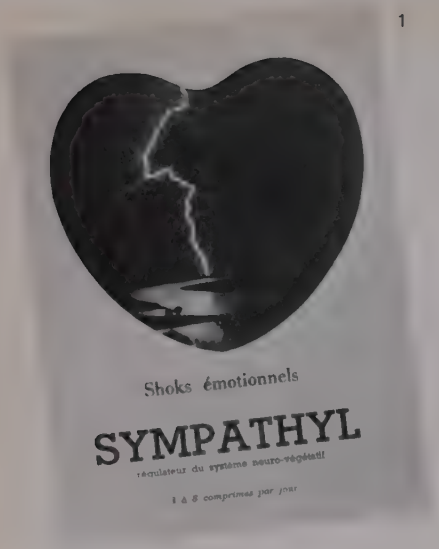
3. — Deux encarts exécutés par le studio Aljanvic pour les Laboratoires Kuhlmann.

Two leaflets for a genito-urinary antiseptic and a fever remedy, executed by the Aljanvic studio for the Kuhlmann Laboratories.

4. — Encarts dessinés par André Giroux, pour les Laboratoires Zizine. (Éditions **Paul Martial.**)

Leaflets for a liver medecine designed by André Giroux for the Zizine Laboratories. (Édited by **Paul Martial.**)

1

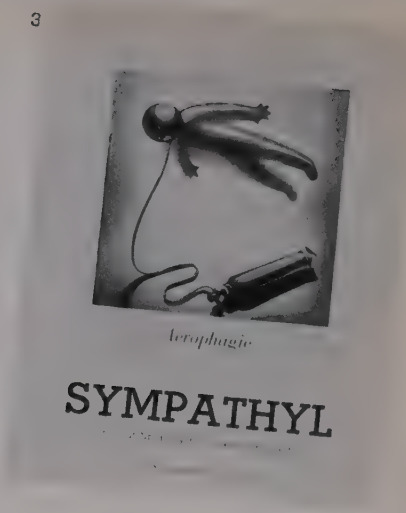


AIDE A PASSER L'HIVER

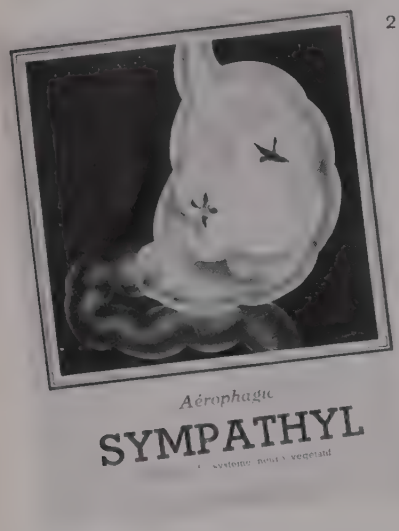
5. — Encart édité par Parvillée pour les Laboratoires Crinex-Uvé.

Leaflet for a remedy against children's colds, edited by Parvillée for the Crinex-Uvé Laboratories.

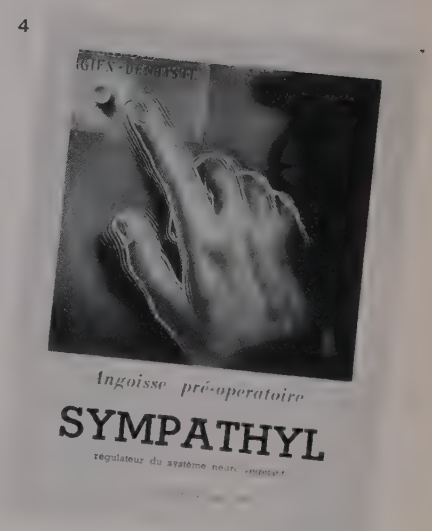
3



2



4



1, 2, 3, 4. — Quatre encarts « Sympathyl » édités par Parvillée pour les Laboratoires Chantereau.

1. — Leaflet for « Sympathyl » (remedy against shock), edited by Parvillée for the Chantereau Laboratories.

2 et **3.** — Leaflet for « Sympathyl » (cure for hiccoughs), edited by Parvillée for the Chantereau Laboratories.

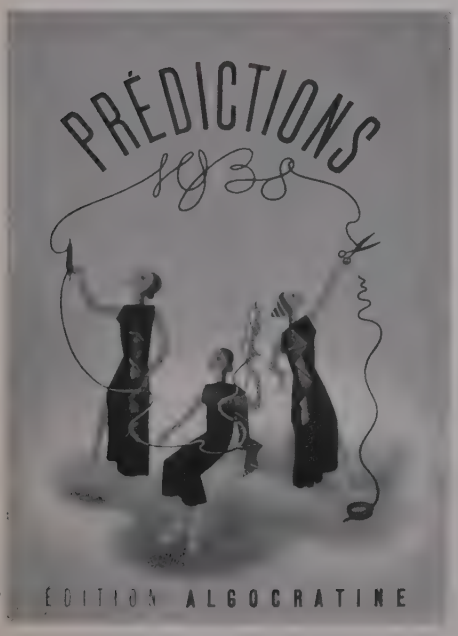
4. — Leaflet for « Sympathyl » (remedy for pre-operational nervousness), edited by Parvillée for the Chantereau Laboratories.

6

6 et **7.** — Encarts édités par Parvillée pour les Laboratoires Chantereau.

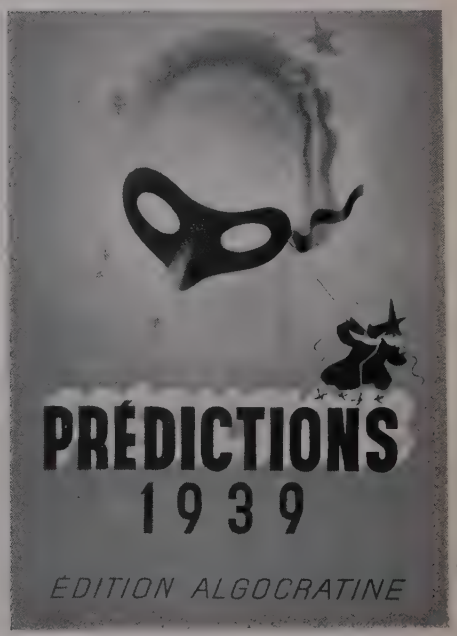
6. — Leaflet for a remedy against buzzing in the ears, edited by Parvillée for the Chantereau Laboratories.

7. — Leaflet for a remedy against retarded growth, edited by Parvillée for the Chantereau Laboratories.



8

7



9

8 et **9.** — Couverture d'une brochure éditée par Parvillée pour les Laboratoires Lancosme.

8 et **9.** — Cover of a brochure edited by Parvillée for the Lancosme Laboratories.

MALADIES DE LA FEMME

CURE D'AUTOMNE

JOUVENCE DE L'ABBÉ SOURY

Nous rappelons aux nombreuses personnes qui ont fait usage de la JOUVENCE de l'Abbé SOURY que ce précieux remède doit être employé pendant six semaines au moment de l'Automne, pour éviter les rechutes. Il est, en effet, préférable de prévenir la maladie que d'attendre qu'elle soit déclarée.

Cette Cure d'Automne se fait volontiers par toutes les personnes qui ont déjà employé la JOUVENCE de l'Abbé SOURY ; elle savent que le remède est tout à fait inoffensif, tout en étant très efficace, car il est préparé uniquement avec des plantes dont les poisons sont rigoureusement exclus.

Tout le monde sait que la

JOUVENCE de l'Abbé SOURY

guérit les Malaises particuliers à la Femme, depuis la FORMATION jusqu'au RETOUR D'AGE, les Maladies intérieures, les Varices, Hémorroïdes, Phlébites, les divers Troubles de la Circulation du Sang, les Maladies des Nerfs, de l'Estomac et de l'Intestin, la Faiblesse, la Neurasthénie, etc., etc.

Il est bon de faire, chaque jour, emploi de
l'HYGIÉNITINE DES DAMES
La boîte 6 fr. 75, impôt compris.

AVIS IMPORTANT. — De nombreux clients nous ont souvent demandé de leur fournir la JOUVENCE DE L'ABBÉ SOURY en PILULES.

Nous sommes heureux de les informer qu'après de longues et minutieuses expériences, nous sommes arrivés à concentrer sous un petit volume tous les principes actifs des plantes qui entrent dans la composition de la JOUVENCE DE L'ABBÉ SOURY, de telle sorte que 5 pilules correspondent à 2 cuillerées à bouche de liquide.

Cette nouvelle forme de présentation sera certainement appréciée par la clientèle, et nous garantissons d'une façon absolue la composition et les effets exactement semblables.

Votre pharmacien vous fournira à votre choix :

LA JOUVENCE DE L'ABBÉ SOURY

LIQUIDE qui se prend à la dose de 2 cuillerées à bouche par jour

PILULES qui se prend à la dose de 5 pilules par jour

La JOUVENCE DE L'ABBÉ SOURY préparée aux Laboratoires Mag. DUMONTIER, à ROUEN, se trouve dans toutes les pharmacies.

PRIX : Le flacon { LIQUIDE / PILULES } 6 fr. 60 impôt compris

Bien exiger la véritable JOUVENCE DE L'ABBÉ SOURY
qui doit porter le portrait de l'Abbé SOURY
et la signature Mag. DUMONTIER en rouge

Mag Dumontier

AUCUN AUTRE PRODUIT NE PEUT LA REMPLACER

Les Campagnes de Publicité

DE LA JOUVENCE DE L'ABBÉ SOURY

CONSEIL AUX DAMES

Toutes les maladies dont souffre la Femme proviennent de la **Mauvaise Circulation du Sang.** Quand le sang circule bien, tout va bien ; les **Nerfs**, l'**Estomac**, le **Cœur**, les **Reins**, la **Tête** n'étant point congestionnés ne font point souffrir. Pour obtenir ce résultat, nous conseillons à toutes les Femmes l'usage de la **JOUVENCE, extrait de Plantes sans Poisons, selon la Méthode de l'Abbé Soury**, qui leur évitera ou fera disparaître tous les maux auxquels sont sujettes les Femmes, tels que **Chaleurs, Vapeurs, Suffocations, Étouffements, Vertiges, Syncopes**, en un mot tous les accidents de l'âge critique ou de la formation ; c'est pourquoi les mères de famille font prendre à leurs fillettes la **JOUVENCE** qui leur assure une bonne formation et leur évite les **Maladies nerveuses**, les **Maladies de Poitrine** et l'**Anémie**, cet ennemi de la jeune fille.

LA JOUVENCE

3.50, franco par 3 flacons, 10.50.

Il est bon de faire chaque jour des injections avec l'**Hygiénitine des Dames**, 2.25 franco poste contre 1.50.

On trouve également au **Laboratoire de l'Abbé Soury** tous les **Remèdes** de ce bienfaiteur de l'Humanité et notamment :

LA TISANE DE L'ABBÉ SOURY contre : la Goutte, Rhumatismes, Ataxie, Sciatique, DOULEURS

Le flacon 6 fr franco contre mandat poste de 6 fr 60 adressé à **Mag. DUMONTIER**, Phien, 1-3, **place de la Cathédrale, près de la rue du Change, Rouen.** — *(Notice et renseignements gratuits).*

Les ecclésiastiques, tout particulièrement les moines et les curés de

campagne, ont de tout temps été fort habiles à composer avec les simples, des élixirs qui, suivant, j'imagine, le comportement personnel des inventeurs, avaient pour destination de réjouir le cœur de leurs semblables ou de guérir les innombrables affections dont ils sont affligés.

Le nom d'un prêtre accolé à celui d'un remède ou d'une liqueur est toujours auprès du public une garantie de sécurité ; le produit participe de la confiance et du respect qui s'attache à la personne de l'ecclésiastique. L'exploitation de cette qualité par la publicité a fait qu'à la longue on a fini par mettre en doute l'existence même de l'inventeur et qu'on a cru à une subtile habileté de fabricant. Or, en fait, si quelques firmes ont abusé de certaines personnalités fictives, au reste définies souvent d'une manière peu distincte : « un prêtre renommé », « un prêtre qui a voué sa vie au bien de l'humanité », d'autres sont à même de présenter des états-civils d'une exactitude incontestable.

C'est ainsi que le célèbre « Abbé Soury », le plus fameux de tous, n'est pas une fiction, comme on est généralement porté à le croire. En effet, le « Journal de Rouen » publiait dans sa Feuille hebdomadaire du vendredi 3 novembre 1780, la nouvelle suivante :

« M. Nicolas Delarue, curé de Celloville, près Rouen, y est mort le 23 septembre dernier.

« L'homme qui remplit bien les devoirs de son état est toujours regretté, mais celui qui passe une grande partie de sa vie à soulager l'humanité excite des regrets bien plus vifs.

« C'est ce qu'a fait M. le curé de Celloville.

« Médecin habile, il pansoit de ses mains et fournissoit gratis aux pauvres les drogues nécessaires ; il donnoit à tous de sages avis : aussi sa mémoire sera longtemps chère à la province.

« Il a laissé dépositaire de ses lumières M. Soury, prêtre chapelain à Alizay, près de Pont-de-l'Arche. »

La « Jouvence » auquel donna son nom « M. Soury, prêtre, chapelain à Alizay, près de Pont-de-l'Arche », a donc une paternité absolument indiscutable. On imagine le bon abbé disant rapidement sa messe le matin pour aller retrouver ses alambics où se distillait la fameuse Jouvence qui devait devenir célèbre à l'égal de la Tisane des Chartreux, de la Bénédictine ou de l'élixir de Dom Pérignon, communément appelé vin de Champagne.

Rien n'est plus délicat à réaliser qu'une publicité pour un produit réservé aux dames

seules, et qui s'adresse indifféremment aux femmes du monde, du demi-monde, aux midinettes, aux femmes de la campagne aussi bien qu'aux religieuses elles-mêmes. Pendant plus d'un demi-siècle, la publicité de « la Jouvence » consista exclusivement en « Conseils aux Dames » insérés dans les journaux et qui semblaient donnés par l'abbé Soury lui-même, dont on voyait en bordure de l'annonce la vénérable effigie. Or, à moins d'être un mécréant, et encore, qui s'aviserait de mettre en doute la parole d'un abbé!

Et puis, comme si la Jouvence avait opéré sur l'esprit même de la littérature publicitaire composée en sa faveur, on assista soudain, il y a peu de temps, à un rajeunissement de sa publicité. A la personne de l'abbé, dont le nom s'est si bien confondu avec celui de la « Jouvence » que désormais il n'existe plus que par elle, se substitua un personnage nouveau, fort intelligemment conçu : la tante Annie. La dénomination choisie pour ce personnage est doublement excellente.

Toute famille qui se respecte possède parmi ses membres un élément singulier qui est ou bien la honte ou bien la gloire de la famille: un fils prodigue, une fille qui a mal tourné, ou bien un oncle aventurier qui vend les meubles des ancêtres pour réparer les dégâts causés par de trop bonnes fortunes, et que tout le monde adore, ou bien la tante, la tante type, l'archétype de la tante, vieille fille, intelligente et d'apparence rude, sévère à elle-même et aux autres, insolente de bonne santé, avec un cœur d'or, et dont les avis sont écoutés de tous, parce qu'elle est comme la dépositaire de mystérieux secrets de famille.

Le choix d'une « tante » en tant que personnage était donc parfaitement judicieux, infiniment plus par exemple que celui d'une grand-mère que l'on soupçonne toujours de radoter un peu. Le choix du nom ne l'est pas moins. Carmen, Balbine, Yolande sont des noms qui n'inspirent pas confiance. Par contre, Annie est un nom qui fait sérieux autant que Marie, Thérèse, Louise. On ne discute pas les avis de « Tante Annie », surtout lorsque ceux-ci s'expriment avec une bonté, une tendresse d'un aussi total désintéressement. Une jeune fille inquiète vient se réfugier dans ses bras : « Gardez votre printemps pendant toute votre vie ; le secret : la Jouvence de l'Abbé Soury ». « Premier feu rallumé, premier mal », dit tante Annie, c'est l'anémie d'automne. Elle regarde un jeune couple : « comme ils sont heureux » pense tante Annie ; c'est un peu son œuvre.

Le printemps et l'automne, saisons de l'année, saisons de la femme, sont habilement associés à la Jouvence de l'Abbé Soury. Le détestable mot « âge » est écarté. Les jeunes filles et les dames sont également séduites. Le thème de la bonne santé est utilisé seul. Toutes les images ne montrent que des figures souriantes, jeunes ou vieilles, toutes pleines de vie. Vous savez le secret de cette vitalité... Ceci est d'une habileté incomparable ; les femmes encore plus que les hommes détestent se voir représentées sous des aspects peu séduisants.

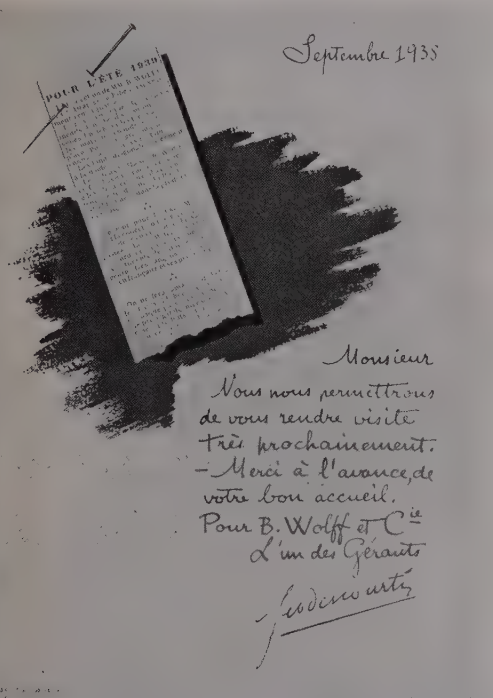
Une autre série d'annonces s'intitule : « Film de la vie coutumière ». On assiste à une chasse à courre, d'abord la poursuite du cerf, puis le relais, enfin la retraite. L'amazone qui boit de la « Jouvence » est une image de la vie joyeuse et saine : la vaillance s'allie au charme.

Mais la plus audacieuse des innovations est celle que constituent les pages de publicité conçues par Montebello et dont nous donnons quelques exemples à l'intérieur de cet ouvrage. Il s'y affirme une invention, une subtilité alliées à un certain tour poétique auquel on ne se serait pas attendu, à propos d'un semblable thème.

Voici donc un des plus remarquables renouvellements d'une publicité pour un produit très ancien, renouvellement qui pouvait être un désastre et qui est une des plus extraordinaires réussites de ces dernières années dans le domaine publicitaire.

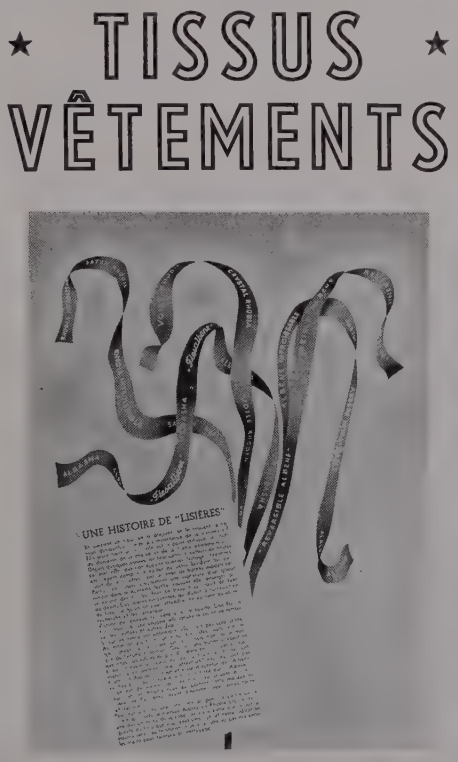
JEAN FOREZ

1. — Pages intérieures en noir et rouge de la brochure périodique « Fleurs des Beaux Tissus », éditée pour Rhodia et Albène par Synergie, Publicité et Propagande, Paris.
Pages from a periodical brochure « Fleurs des Beaux Tissus », published for Rhodia and Albène by Synergie, Advertising and Propaganda agents, Paris.



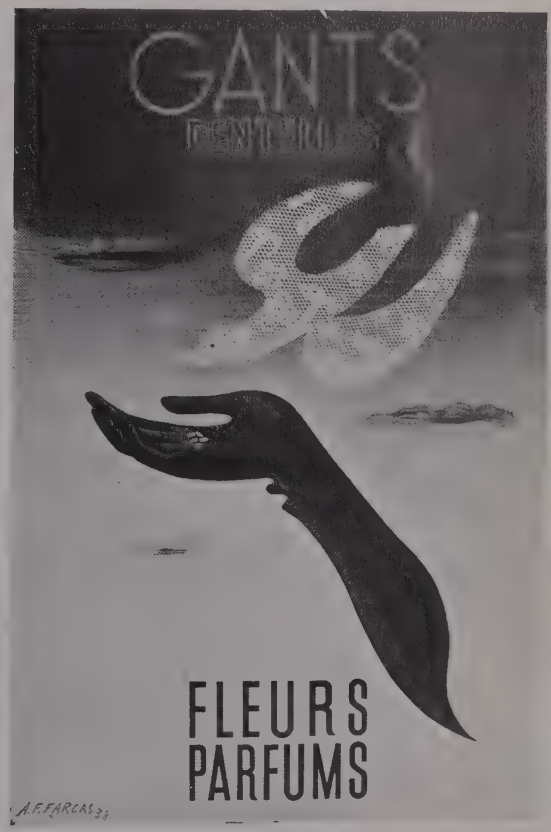
2. — Lettre-formule établie pour un drapier par Jacques **Grizeaud,** conseil et technicien en publicité, Paris.

Model letter for a draper by Jacques **Grizeaud,** consulting advertiser, Paris.



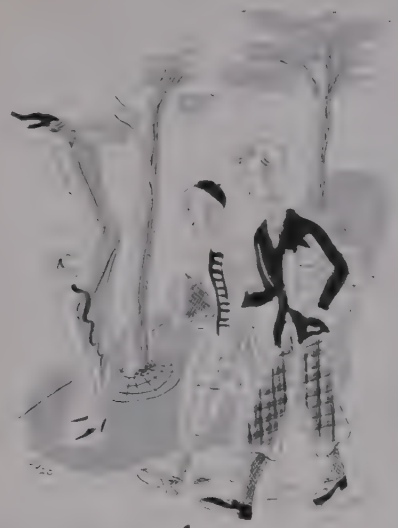
3. — Page intérieure en noir et bleu de la brochure « Fleurs des Beaux Tissus », éditée pour Rhodia et Albène par Synergie, Publicité et Propagande, Paris.

Page from a periodical magazine « Fleurs des Beaux Tissus », published by Rhodia and Albène by Synergie, Advertising and Propaganda agents, Paris.



4. — Affiche de A. Farcas, pour les Galeries Lafayette.

Poster by A. Farcas, for the Galeries Lafayette. (lace, gloves, flowers and perfume).



Encore une qui a la jambe Cornuel.

1er COLLÉGIEN : Tu as vu là, derrière nous ?

2me COLLÉGIEN : Quoi donc ?

1er COLLÉGIEN : La Femme qui rattache son bas, elle a les jambes faites comme une star de Cinéma.

2me COLLÉGIEN : Encore une qui a la jambe CORNUEL comme dit Papa

Bas CORNUEL MAISON FONDÉE EN 1820

PURE SOIE NATURELLE EXIGEZ BIEN LA MARQUE SUR LE PIED

5 NOUVELLES SERIES, de 29 à 42 francs TOUTES IMPECCABLES ! GROS EXCLUSIF : 7, Bd des Capucines, Paris USINES EN FRANCE A GANGES ET A TROYES

PLASAL

1

En 1900, chez la pythonisse...chic

LE VISITEUR : Et cette grande nouvelle, c'est ?

LA PYTHONISSE : Dans trois ans vous aurez une fille.

LE VISITEUR : Bravo, mais... on me l'a déjà prédit.

LA PYTHONISSE : Ne m'interrompez plus et ne vous étonnez pas. Bien des choses étranges vont s'accomplir dans les années qui viennent. Votre fille aura les cheveux courts ; elle passera son doctorat en droit ; elle fera un magnifique mariage ; elle connaîtra tous les succès ; elle sera la femme la plus élégante de Paris... car elle portera des Bas... - attendez que je déchiffre le nom que me souffient les esprits - C.O.R.N.U.E.L., ah ! des BAS CORNUEL !

Bas CORNUEL MAISON FONDÉE EN 1820

5 NOUVELLES SÉRIES TOUTES IMPECCABLES

GROS EXCLUSIF 7, Boulevard des Capucines, PARIS (Usines en France à Ganges et à Troyes)

Agent Général pour la Belgique M. H. SCHELFHOUT 5, Square de la Résidence, BRUXELLES

PURE SOIE NATURELLE EXIGEZ BIEN LA MARQUE SUR LE PIED UN BAS DE MARQUE EST TOUJOURS UN BAS "1er CHOIX"

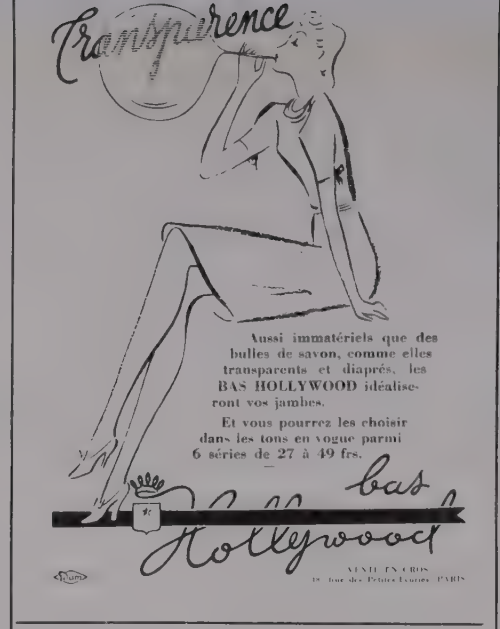
DEMANDEZ NOTRE NOUVEAU COLORIS "CRISTOBAL"

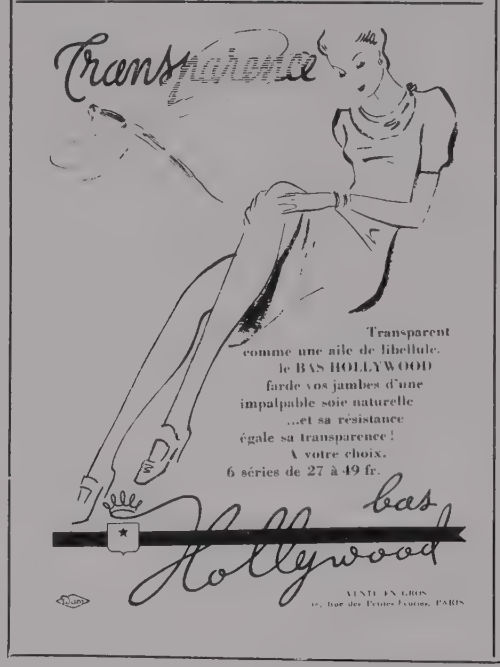
PLASAL

2

1 et 2. Annonces pour les Bas Cornuel. Publicité **Plasal**, Paris

Advertisements for Cornuel stockings. Publicité **Plasal**, Paris.





3. — Quatre annonces réalisées sur le même thème pour une marque de bas. Publicité **Damour**, Paris.
Four advertisements on the subject of transparency for a brand of stockings. Publicité **Damour**, Faris.

4. — Annonce de magazine dessinée par Ray Bret Koch.
Magazine advertisement designed by Ray Bret Koch.

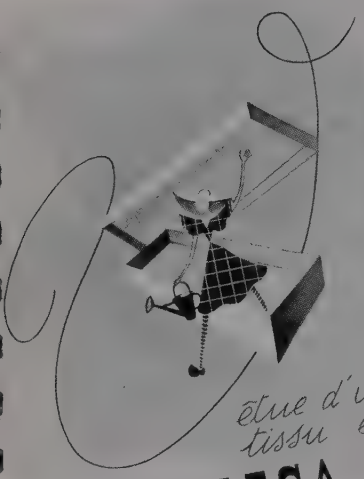
HIER

AUJOURD'HUI

FLESA

véritable rayonne française

Aux qualités déjà connues des tissus Velna, s'ajoutent, cette année, des perfectionnements techniques qui donnent aux nouveaux tissus en FLESA plus de souplesse, des coloris plus frais, des impressions plus gaies.
Faciles à laver et à repasser, les tissus qui portent en lisières la Marque **FLESA** sont d'excellents tissus d'été.



être d'un tissu en

FLESA

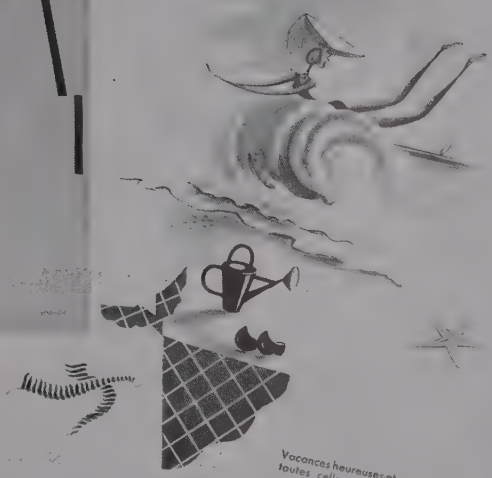
elle a toujours l'air de sortir d'une boîte

Impeccable? ...comme elle, vous le serez toujours en portant les frais tissus en FLESA (fibre de rayonne française) unis ou imprimés, souples, indéformables, lavables, qui sont en vente dans tous les Grands Magasins et Magasins de détail

Annonces de magazine
en faveur des tissus Flesa.
Production Synergie,
Publicité et Propagande,
Paris.

Magazine Advertisements
for Flesa textiles.
Produced by Synergie,
Advertising and Propaganda
agents, Paris.

à coeur joie !



Vacances heureuses et sans contrainte pour toutes celles qui ont fait confiance aux frais tissus en

FLESA

(fibre de rayonne française). Souples, indéformables, lavables, ils sont agréables à porter et à entretenir. Unis ou imprimés, des coloris et des dessins très frais, de charmantes petites robes pour les beaux jours. En heures des bonnes Maisons.

toujours tirée à quatre épingles

Impeccable?... comme elle, vous le serez toujours en portant les frais tissus en

FLESA

(fibre de rayonne française) unis ou imprimés, souples, indéformables, lavables qui sont en vente dans tous les Grands Magasins et Magasins de détail

La Marque FLESA en lisières est une assurance de qualité

A la page,

vous êtes sûre de l'être en choisissant, pour vos robes d'été, les frais tissus en

FLESA

(fibre de rayonne française)

Unis ou imprimés, ils reflètent tous les aspects de la mode. Tous ils sont souples, indéformables, lavables. En vente dans tous les Grands Magasins et Magasins de détail.

La Marque FLESA en lisières est une assurance de qualité

1

2

1-2. — Annonces de magazine pour les tissus Bonalo. Production Synergie, Publicité et Propagande, Paris.
Magazine advertisements for Bonalo textiles. Produced by Synergie, Advertising and Propaganda agents, Paris.

3. — Annonce de revue féminine pour les laines à tricoter « Le Grillon du Foyer ».
Production Synergie, Publicité et Propagande, Paris.
Women's periodical advertisement for « Le Grillon du Foyer » knitting-wools. Produced by Synergie, Advertising and Propaganda, Paris.

4. — Couverture 2 couleurs d'un catalogue des magasins « A la Ville du Puy ».
Production Synergie, Publicité et Propagande, Paris.
Cover of a catalogue of the stores « A la Ville du Puy ».
Produced by Synergie, Advertising and Propaganda, Paris.

Photos Feher.

Éléments d'annonces et annonces pour la gaine « Scandale »
(Publicité Noirclerc.)

Advertising elements and advertisements for "Scandale" belts.
(Publicité Noirclerc).

Photos Marant.

Cinq annonces de magazine en faveur du « Contrôle Natcha ». Production Synergie, Publicité et Propagande, Paris.
Five magazine advertisements for « Contrôle Natcha ». Produced by Synergie, Advertising and Propaganda agents, Paris.

Demain ?

TROP TARD...

Le vieux proverbe est toujours vrai.

C'est aujourd'hui - et non demain - que vous devez consulter un de nos Distributeurs Officiels sur les conditions fort intéressantes qu'il peut vous consentir, mais jusqu'au 25 Décembre seulement, pour l'échange de votre vieux poste contre un des nouveaux récepteurs de la Série Symphonique Philips 1938.

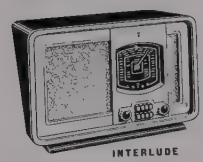
Nous sommes heureux, d'autre part, de vous informer que la date de clôture de notre grand Concours de démonstrations est reportée au 31 Décembre. — Toutefois n'attendez pas au dernier moment pour y participer.

PHILIPS

Sans fil-iste, oui . sans Philips, non !

votre poste est

VIEUX VIEUX VIEUX



INTERLUDE

Superhétérodyne à 6 lampes multiples, dotée de la nouvelle technique ondes courtes Philips. Réglage automatique par radiolaveur à 8 touches. Montage à contre-réaction extrêmement musical

ÉCHANGEZ-LE CONTRE UN DES NOUVEAUX

PHILIPS TROIS ÉTOILES

Même s'il vous donne encore satisfaction, il est démodé parce qu'il ne possède aucune des deux caractéristiques maîtresses du poste de T. S. F. moderne : le radiolaveur automatique et la nouvelle technique ondes courtes Philips.

Le radiolaveur Philips n'est en rien comparable aux dispositifs similaires, d'ailleurs rudimentaires, qui furent mis en vente précédemment. Il est réglé par l'auditeur lui-même, et grâce à lui, il peut être réglé par l'auditeur lui-même, et grâce à lui, il peut être réglé par l'auditeur lui-même, et grâce à lui, il peut être

OPTIQUE

Pub. R. L. Dupuy

UNE JUMELLE DE CLASSE EST VENDUE PAR

les meilleurs opticiens

● Demandez à votre opticien à quoi se reconnaît une jumelle de classe. Il vous dira qu'elle doit être : **PRÉCISE, LÉGÈRE** et **FRANÇAISE**

● Si c'est un opticien d'élite, à qui nous avons confié notre marque, il ajoutera : Prenez la jumelle légère de précision Mili 312 **BBT KRAUSS** c'est la dernière création **BBT**, elle représente le summum de la construction française.

● Seule la puissance industrielle de **BBT** et ses immenses débouchés ont permis d'offrir une jumelle aussi parfaite à un prix aussi raisonnable.

JUMELLES DE PRÉCISION

BBT — BBT KRAUSS

Demandez à votre opticien la plaquette "UN RÊVE RÉALISÉ" ou à défaut, réclamez-la en écrivant à **BBT KRAUSS**, *82, Rue Curial, Paris 19e*

Pub. R. L. Dupuy

UNE JUMELLE DE CLASSE

se calcule

MATHÉMATIQUEMENT !

● Une jumelle de qualité est un instrument précis qui nécessite des études et des recherches scientifiques.

● Les réalisations **BBT** dans les domaines de l'optique-balisage maritime et aérien, construction du plus puissant phare du monde : **CRÉAC'H d'OUESSANT** - *Exposition 1937*, éclairage scientifique et chirurgical-prouvent une supériorité.

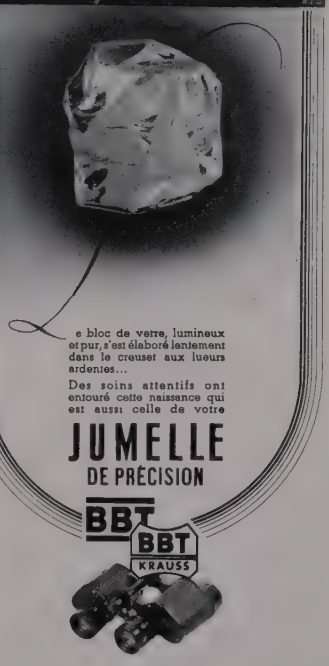
● La signature **BBT** sur une jumelle de précision, c'est la science et l'expérience **BBT** à la portée du grand public.

JUMELLES DE PRÉCISION

BBT — BBT KRAUSS

Demandez à votre opticien la plaquette "UN RÊVE RÉALISÉ" ou à défaut, réclamez-la en écrivant à **BBT KRAUSS**, *82, Rue Curial, Paris 19e*

QUALITÉ



Le bloc de verre, lumineux et pur, s'est élaboré lentement dans le creuset aux lueurs ardentes...

Des soins attentifs ont entouré cette naissance qui est aussi celle de votre

JUMELLE DE PRÉCISION

BBT — BBT KRAUSS

Demandez à votre opticien la plaquette "UN RÊVE RÉALISÉ" ou à défaut, réclamez-la en écrivant à **BBT KRAUSS** *82, Rue Curial, PARIS 19e*

Pub. R. L. Dupuy

UNE JUMELLE DE CLASSE EXIGE

le contrôle

LE PLUS SÉVÈRE !

● La réalisation d'une jumelle de classe entraîne une suite d'opérations précises qu'il est indispensable de contrôler successivement.

● **BBT** fournisseur officiel du Gouvernement français et de nombreux Gouvernements étrangers auxquels il a livré à ce jour plus de **150.000 jumelles**, a dû, pour satisfaire aux cahiers des charges, organiser un véritable **laboratoire de contrôle.**

● Toute sa production d'optique y est vérifiée et aucune jumelle ne sort de ce laboratoire sans une fiche de **garantie** attestant l'absence de tout défaut.

JUMELLES DE PRÉCISION

BBT — BBT KRAUSS

Demandez à votre opticien la plaquette "UN RÊVE RÉALISÉ" ou à défaut, réclamez-la en écrivant à **BBT KRAUSS**, *82 Rue Curial Paris 19*

Campagne de presse réalisée pour la jumelle B B T Krauss, par R. L. Dupuy, conseils en publicité.

Press campaign for B B T Krauss binoculars, executed by R. L. Dupuy, consulting advertiser.

LA RÉDACTION PUBLICITAIRE RADIOPHONIQUE

La rédaction publicitaire radiophonique était réduite depuis plusieurs années aux simples commentaires, simples résumés de prospectus, quand, à la suite d'un spirituel article de Germaine Blondin, Paul Deharme prenant au pied de la lettre et volontairement ce qui n'était à l'origine qu'une plaisanterie, réalisa les premiers enregistrements sonores publicitaires avec indicatif chanté. On commença naturellement par lier étroitement le choix de l'air au nom du produit. On eut alors la série d'indicatifs dont le type est celui du Bonhomme en bois sur l'air de la Jambe en bois et les Pâtes la Lune, sur l'air du Clair de la Lune, de la Valse brune, etc...

Mais, le nombre des enregistrements augmentant, il fallut trouver sans cesse des idées pour les produits les plus différents. L'oreille du public était déjà préparée à toutes les audaces. Le folklore ne tarda pas à devenir une mine d'indicatifs rendant sans qu'on s'en rende compte, un inappréciable service à la cause de la chanson populaire. En effet, ces airs que les puristes estimaient déshonorés par le matériel publicitaire qu'ils portaient entraient néanmoins dans les oreilles de l'auditoire, ils s'inscrivaient dans leur mémoire, ils surgissaient rajeunis. La rédaction publicitaire radiophonique aura droit à un petit merci quand on fera le bilan de la renaissance du folklore français.

Mais cela ne suffisait pas encore. On choisit les airs les plus à la mode, les dernières créations... l'exemple de cette méthode se retrouve dans l'indicatif de la poudre et du rouge Lasègue réalisé pour ces deux produits sur l'air « Follow the fleet » que Fred Astaire et Gingers Rogers avaient popularisé.

Enfin, suprême audace, on osa, sur des airs classiques, inscrire des paroles publicitaires comme l'indicatif Tumbler sur la Marche militaire de Schubert.

Nous savons parfaitement quels reproches nous pouvons encourir dans ce domaine, mais ces reproches ne résistent ni à la raison ni à la foi. Toute œuvre grande n'a rien à redouter de semblables avatars. Et que l'on pense bien que c'est de ma part un témoignage d'admiration que d'oser les employer à de semblables fins. Seules les grandes choses justifient la familiarité.

Enfin, dernière formule adoptée jusqu'ici dans l'indicatif chanté, on a fait composer, et parfois par des compositeurs de grand renom, des musiques originales pour lancer des produits. Si l'on suppose un instant qu'il peut y avoir un compositeur de génie parmi eux, dira-t-on que sa musique est déshonorée pour avoir été écrite spécialement pour la publicité ?

A une époque où l'on recherche les affiches de Daumier, de Toulouse-Lautrec, de Chéret, de Capiello et de combien d'autres, convient-il d'être timoré à l'égard d'une forme nouvelle de l'activité artistique ?

L'année 1938 écoulée nous a apporté différents éléments radiophoniques nouveaux. On sait la fortune remportée par la phrase murmurée du Vin de Frileuse : « Votre pharmacien vend le Vin de Frileuse » dite par la speakerine à l'oreille même de chaque auditeur. La chambre d'écho, qui permet de donner à une phrase l'ampleur d'un appel dans une cathédrale ou dans un défilé de montagnes, a permis aussi d'intéressantes réalisations, mais l'enregistrement électrique est si riche de possibilités que d'autres innovations, innovations purement techniques dans leur réalisation mais d'un effet artistique certain, peuvent être annoncées dès maintenant dans le courant de 1939.

Parmi les derniers indicatifs sonores qui sont nés en radio, signalons celui des Pilules Dupuis qui, sur l'air de : « C'est merveilleux, c'est extraordinaire » (Salabert éditeur), doit tout son charme à l'amusante répétition du mot Pilule dans la phrase terminale :

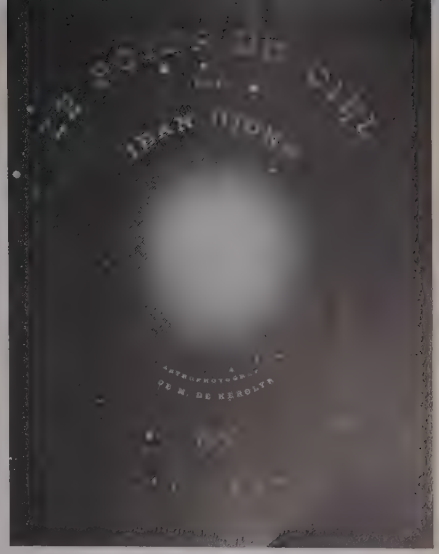
C'est merveilleux
C'est extraordinaire
On s'porte mieux
Sans petites misères
Grâce à Dupuis
Aux Pilules Dupuis
Quel laxatif ! Pilul' Pilul' Pilul' Dupuis

Signalons encore d'autre part les communiqués de la Veinolyse réalisés sur un fond sonore qui n'est autre que le célèbre Vol du Bourdon dont le mouvement continu suggère irrésistiblement le mouvement du sang dans les veines.

Mais il ne s'agit pas ici de faire une revue complète de cette sorte de production. L'abondance même de la matière oblige à n'en donner qu'un tableau très résumé.

L'auteur espère simplement qu'on les entendra désormais, ces indicatifs et ces communiqués publicitaires, avec moins d'injustice sinon plus d'indulgence.

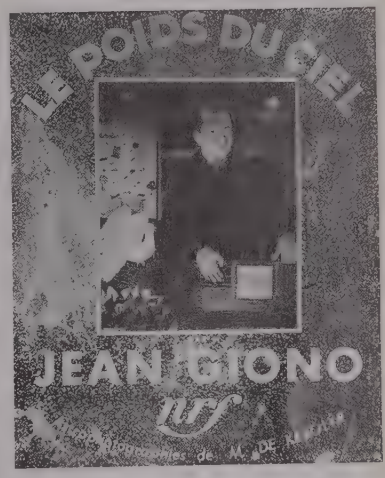
R O B E R T D E S N O S



2. — Couverture du « Poids du Ciel ». (N. R. F.).
Cover of « Poids du Ciel ». (N. R. F.).

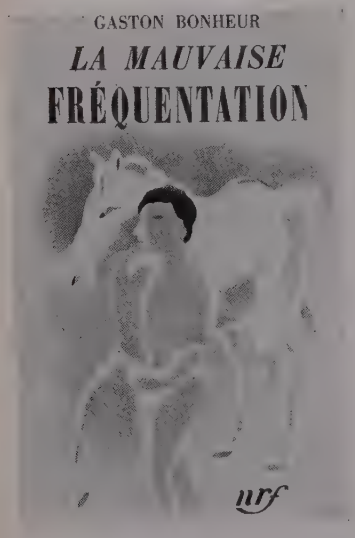
ÉDITION

1 et 3. — Vitrines de la librairie de la Nouvelle Revue Française. (Photographie Parry).
Window-display of the bookshop of the Nouvelle Revue Française. (Photo by Parry).

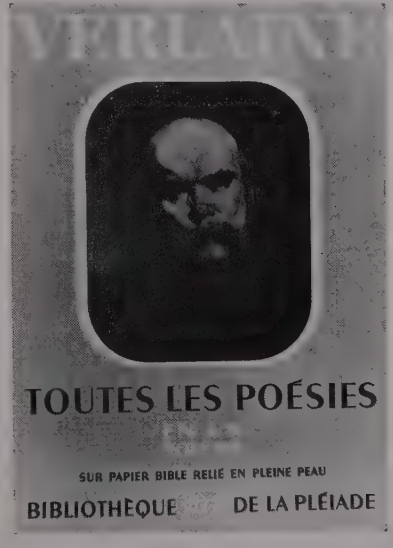


4. — Composition de L.-D. Hirsch. Portrait de Serge Florio sur fond d'astrophotographie de M. de Kérolyr.

« Le Poids du Ciel » Composition by L.-D. Hirsch. Portrait of Serge Florio on astrophotographic ground by M. de Kérolyr.



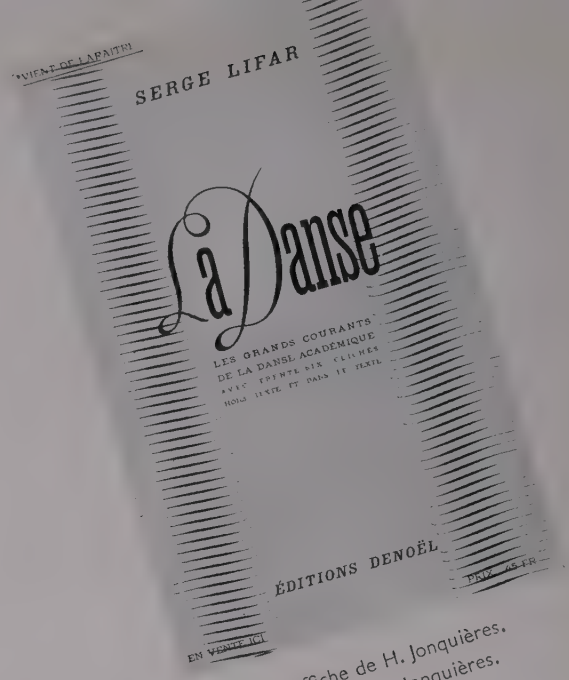
5. — Affiche de E. Lahner pour « La Mauvaise Fréquentation ». Roman de Gaston Bonheur. (Éditions de la N. R. F.).
Poster by E. Lahner for a novel by Gaston Bonheur. (Editions of the N. R. F.).



6. — Affiche de Ben Sussan pour les poésies de Verlaine (N.R.F.).
Poster by Ben Sussan for the poems of Verlaine (N. R. F.).

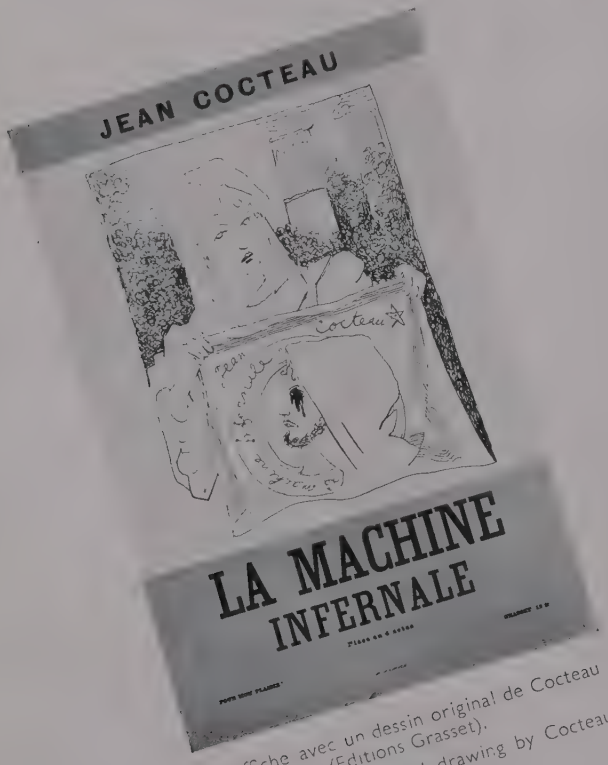
7. — Vitrine de la librairie de la N. R. F.
Window-display of the bookshop of the Nouvelle Revue Française.

1. Affiche de P. Farinole pour le journal « L'Œuvre ».
Poster by P. Farinole for the newspaper « L'Œuvre ».

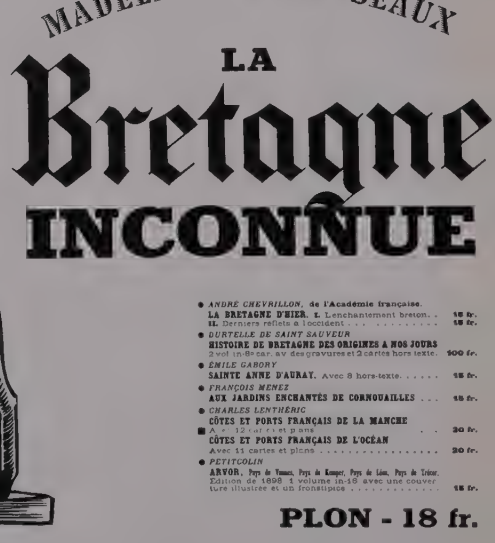


3. Affiche de H. Jonquières.
Poster by H. Jonquières.

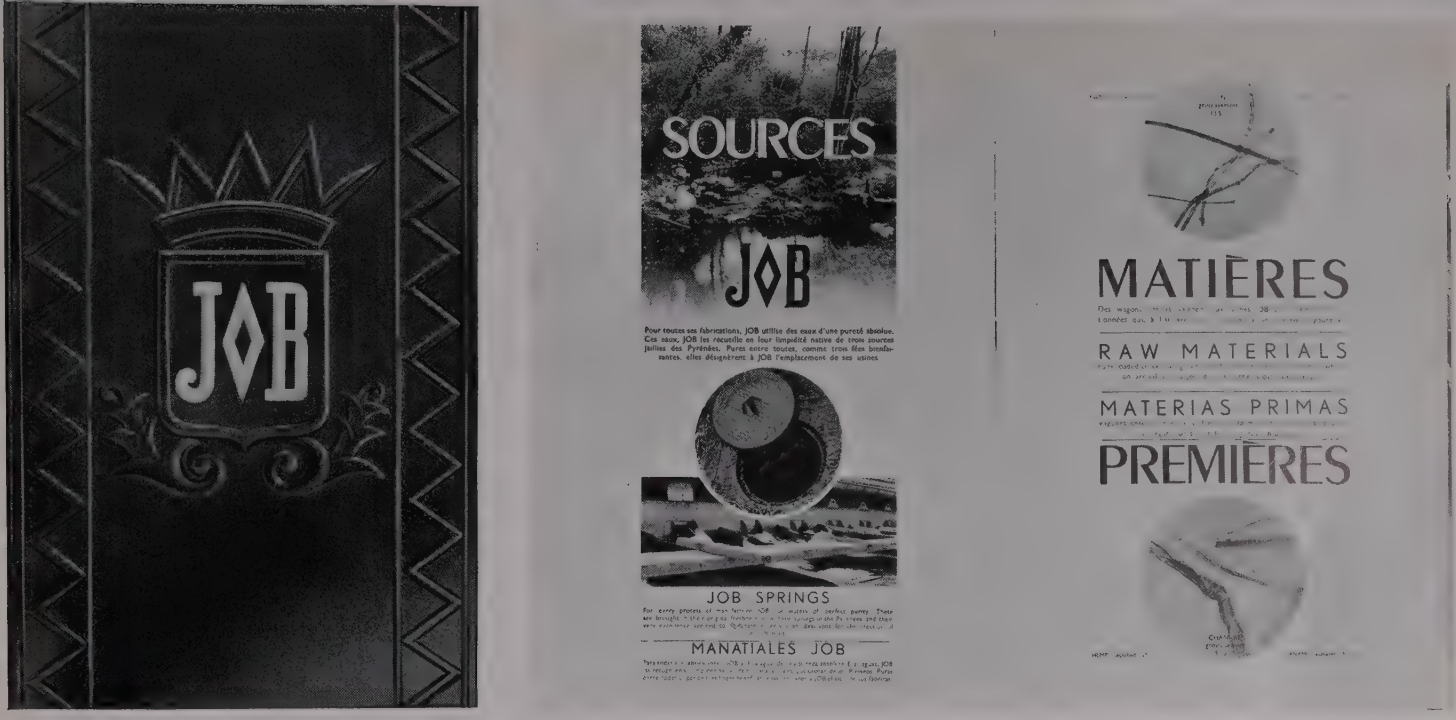
4. Affiche des Éditions Bernard Grasset.
Poster for the publisher Bernard Grasset.



2. Affiche avec un dessin original de Cocteau
(Éditions Grasset).
Poster with an original drawing by Cocteau
(Editions Grasset).



5. Affiche d'intérieur pour un ouvrage édité chez Plon.
Indoor poster for a book published by Plon.



1. Couverture et pages intérieures d'une brochure éditée par **Paul-Martial** pour le papier à cigarettes Job.
Cover and pages of a brochure edited by **Paul-Martial** for Job cigarette-papers.

★ TABAC ★

2. Affiche de Derouet et Lesacq pour les cigarettes Balto.
Poster by Derouet and Lesacq for Balto cigarettes.

3. Projet d'affiche de Marthe Norgeu pour la Régie française des Tabacs.
Project of a poster by Marthe Norgeu for the French State Tobacco Monopoly.
" Can be smoked without injury to health "

1. — Annonce pour les cigarettes américaines Philip Morris (agent H. Chevrier).
Advertisement for Philip Morris American cigarettes (H. Chevrier, agent for Philip Morris).

2. — Annonce pour les cigarettes américaines Philip Morris (agent H. Chevrier).
Advertisement for Philip Morris American cigarettes (H. Chevrier, agent for Philip Morris).

4. — Photographie de "Jacky", sosie français du personnage publicitaire américain figurant sur les annonces de cette page.
Photo of "Jacky", the French double of the American boy seen in the advertisements on this page.

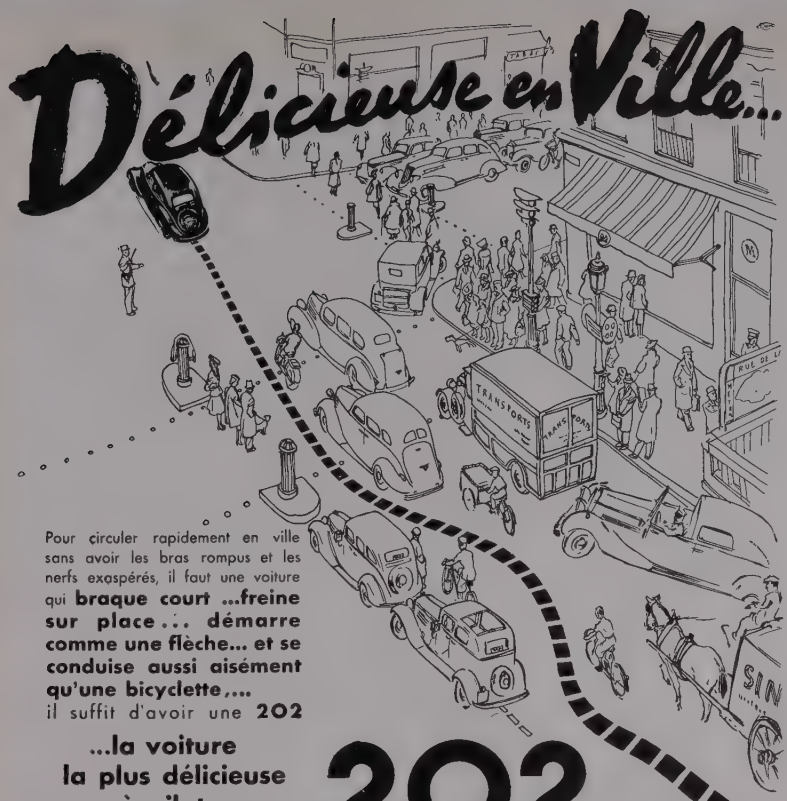
3. — Annonce pour les cigarettes Filtra, de la Société Laurens et le Khedive (agent H. Chevrier).
Advertisement for Filtra cigarettes, manufactured by Laurens et le Khédive (H. Chevrier, agent for Laurens).

5. — Affiche de Sepo pour les cigarettes Anic.
Poster by Sepo for Anic cigarettes.

★ AUTOMOBILE ★

Série d'annonces pour les automobiles Peugeot. Publicité Damour, Paris.

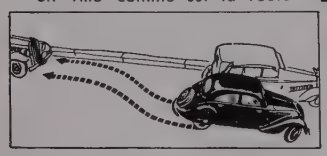
Series of advertisements for Peugeot cars. Publicité Damour, Paris.



Pour circuler rapidement en ville sans avoir les bras rompus et les nerfs exaspérés, il faut une voiture qui **braque court ...freine sur place... démarre comme une flèche... et se conduise aussi aisément qu'une bicyclette,...** il suffit d'avoir une **202**

...la voiture la plus délicieuse à piloter

en ville comme sur la route



Une seule manœuvre en marche arrière . et la 202, prend de suite sa place au stationnement. Elle se dégagera tout aussi aisément de la file des voitures.

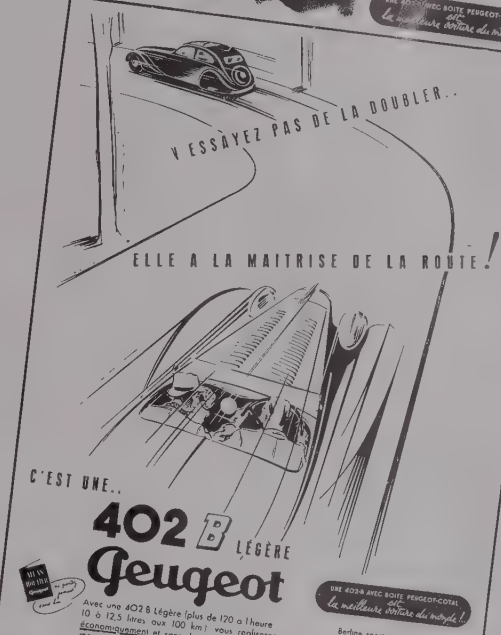
202 Peugeot

la voiture de tous les Français

BERLINE 202 4 PLACES, 4 PORTES

20.900

CONSOMMATION DANS PARIS 7 LIT. 4 AUX 100 KM. (CONTROLE OFFICIEL A.C.F.)

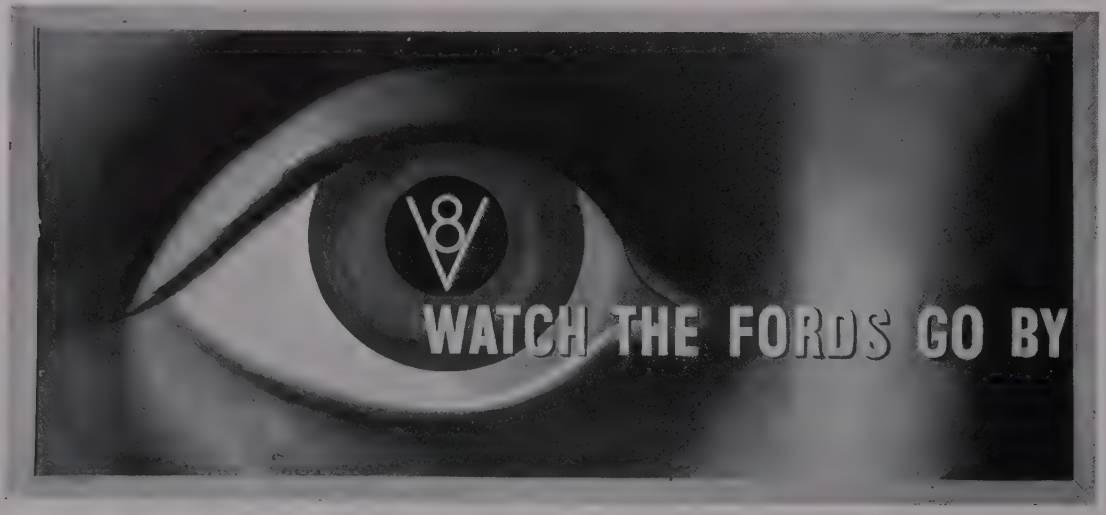


1. — Annonce conçue et réalisée par la publicité **Arandel**, Paris, pour les automobiles Simca.

Advertissement for Simca cars, designed and realized by Publicité **Arandel**, Paris.

2. — Annonce exécutée par E. Buhry, du Service de Publicité des Établissements Goodrich, Colombes.

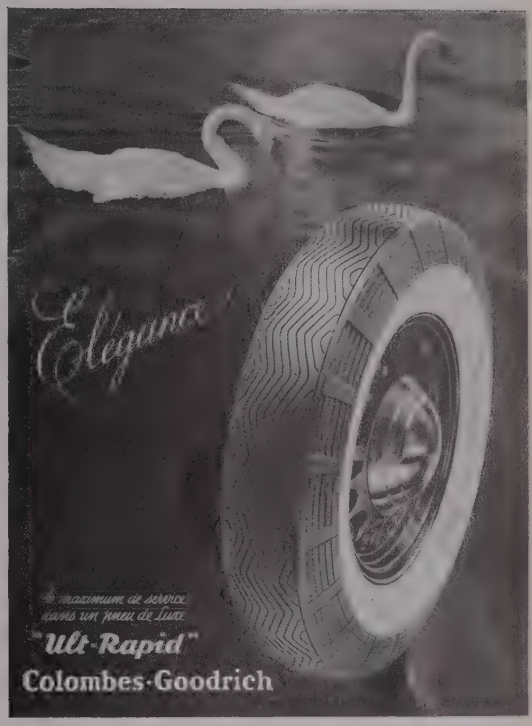
Advertisement executed by E. Buhry, of the Etablissements Goodrich publicity service (Colombes).



3. — Affiche de A. M. Cassandre pour Ford.

Poster for Ford by A. M. Cassandre.

1. — Annonce exécutée par E. Buhry, du Service de Publicité des Établissements Goodrich, Colombes.
Advertisement executed by E. Buhry, of the Etablissements Goodrich publicity service, Colombes.



3. — Annonce exécutée par E. Buhry, du Service de Publicité des Établissements Goodrich, Colombes.
Advertisement executed by E. Buhry, of the Etablissements Goodrich publicity service (Colombes).

2. — Création A. Pouprou pour les Chaînes de bicyclette Brampton.
Advertisement by A. Pouprou for Brampton and Renold cycle chains.

1. — Annonce pour Olaer, destinée aux revues d'aviation. Production Elvinger, conseils en vente et en publicité.

Advertisement for Olaer undercarriages, for insertion in aeronautical reviews. Production Elvinger, sales and advertising agency.

3. — Annonce pour les pneus Dunlop (Productions publicitaires Pierre Philippe).

" Agony ? No, Security "Advertisement for Dunlop tyres (Productions Publicitaires Pierre Philippe).

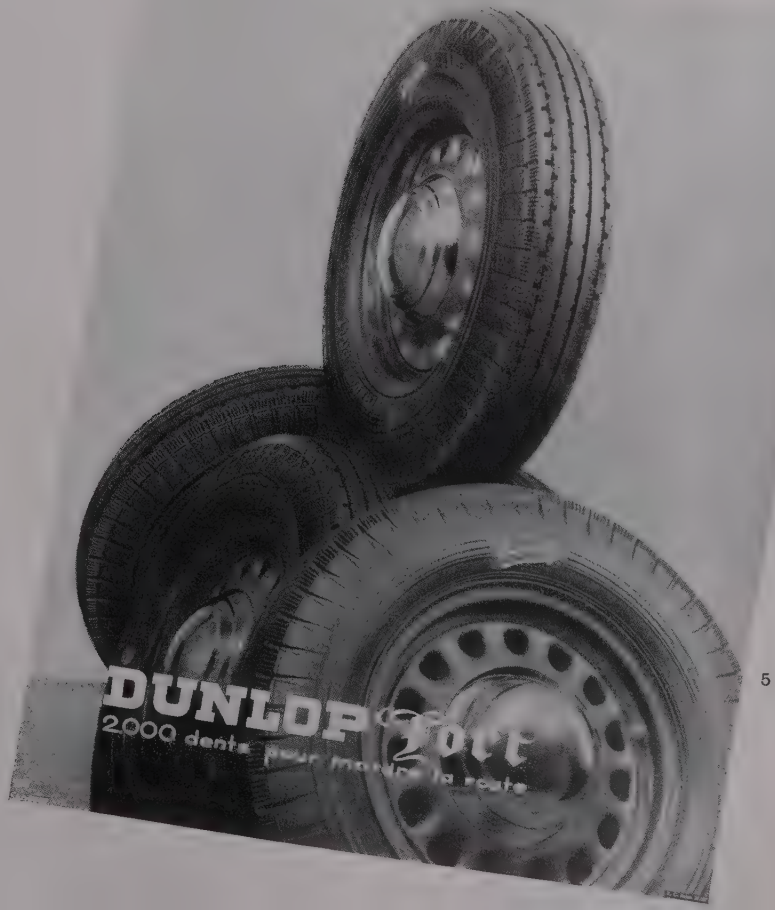
2. — Affichette destinée aux garagistes. (Publicité Jep et Carré, Paris.)

Small garage poster for Simplex Segments. (Publicité Jep et Carré, Paris.)

← Élément d'annonce pour les pneus Dunlop.
(Productions publicitaires Pierre Philippe.)

Element of an advertisement for Dunlop tyres.
(Productions publicitaires Pierre Philippe.)

4



5

4 et **5.** — Annonces pour les pneus Dunlop.
(Productions publicitaires Pierre Philippe.)

Advertisements for Dunlop tyres.
(Productions publicitaires Pierre Philippe.)

1. — Annonce pour Shell, S. A. Publicité **Plasal,** Paris.
Advertisement for Shell, S. A. Publicité **Plasal,** Paris.

2. — Annonce pour Shell, S. A. Publicité **Plasal,** Paris.
Advertisement for Shell, S. A. Publicité **Plasal,** Paris.

3. — Annonces de presse pour Shell, S. A. Publicité **Plasal,** Paris.
Press advertisement for Shell. S. A. Publicité **Plasal,** Paris.

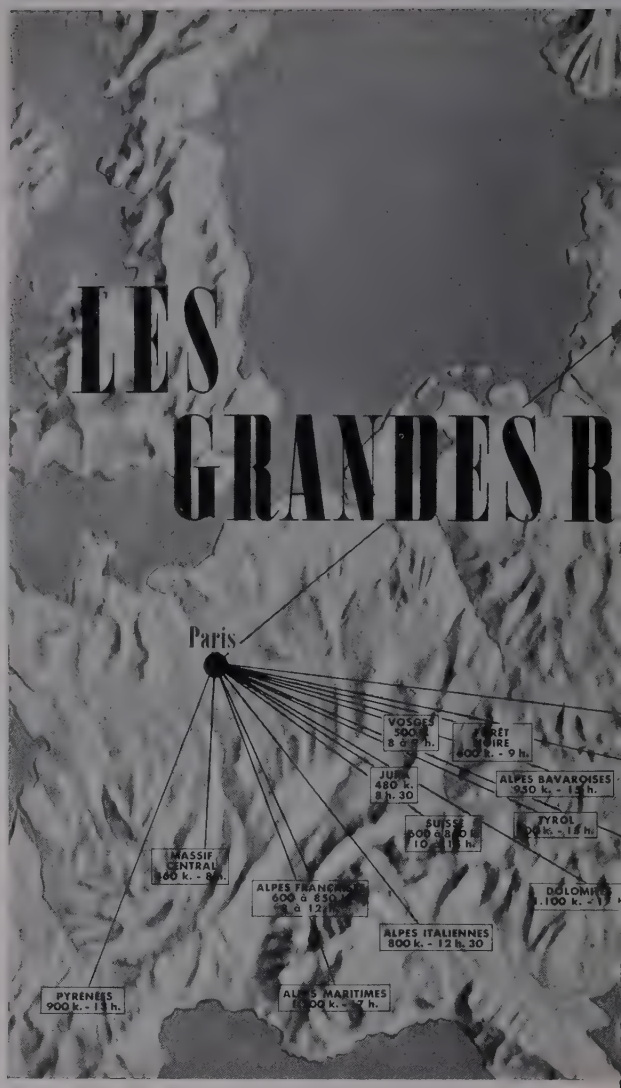
4. — Affiche de Fix-Masseau pour l'Huile Olazur.
Poster by Fix-Masseau for Olazur motor-oil.

Affiche de Roland Hugon pour le P. O. Midi. Éditions **Paul-Martial**, Paris.
Poster by Roland Hugon for the Paris-Orléans and Midi Railways "The Joys of Snow".
Editions **Paul-Martial**, Paris.

CHEMINS DE FER

1. — Annonce de magazine conçue et réalisée par R. L. Dupuy, conseils en publicité, Paris.

Magazine advertisement for the French Railways designed and executed by R. L. Dupuy, consulting advertiser, Paris.



2. — Annonce de magazine conçue et réalisée par R. L. Dupuy, conseils en publicité, Paris.

Magazine advertisement for the French. Railways designed and executed by R. L. Dupuy, consulting advertiser, Paris.

6

6. — Pages intérieures de la Brochure Wagons-Lits Cook « Sports d'Hiver 1938-1939 »
Éditions Ricci, « Pro-Publicité ».
Pages from the Wagons-Lits Cook brochure « Winter Sports 1938-1939 ».
Editions Ricci, « Pro-Publicité ».

4

5

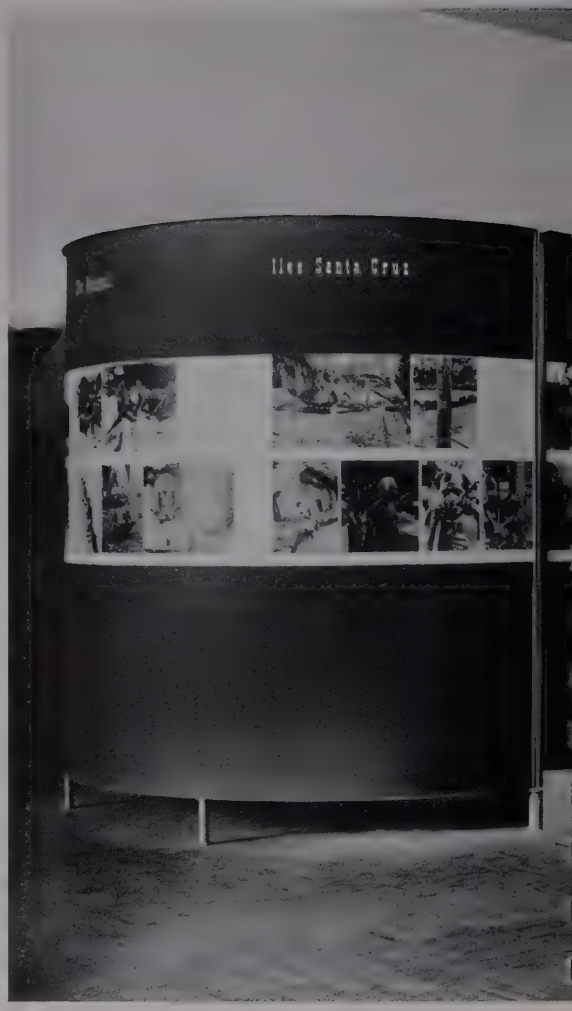
3-4-5. — Affiches de Fix-Masseau pour la Société Nationale des Chemins de fer Français.
Posters by Fix-Masseau for the French National Railways.

1. — Affiche de Derouet Lesacq pour la Loterie Nationale Création Imprimerie Lafayette, Paris.

Poster by Derouet Lesacq for the French National Lottery. Printed by the Imprimerie Lafayette, Paris.

2. — Annonce de revue, conçue et réalisée par R. L. Dupuy, conseils en publicité, Paris.

Review advertisement, designed and carried out by R. L. Dupuy, consulting advertiser, Paris.



3. — Affiche de Derouet Lesacq. Création Imprimerie Lafayette, Paris.

Poster by Derouet Lesacq. Printed by the Imprimerie Lafayette, Paris.

4. — Annonce de revue, conçue et réalisée par R. L. Dupuy, conseils en publicité, Paris.

Review advertisement designed and carried out by R. L. Dupuy, consulting advertiser, Paris.

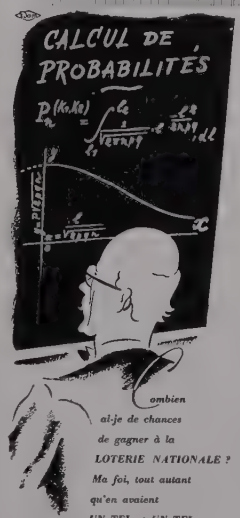
1.— Hall d'entrée du Musée de l'Homme ; décorateurs : R. Pontabry, Cl. Laurens, M. Gautherot.
Entrance hall of the « Musée de l'Homme », arranged by R. Pontabry, Cl. Laurens, M. Gautherot.

2.— Affiche de R. Pontabry, pour le « Musée de l'Homme ». Photo M. Gautherot.
Poster by R. Pontabry for the « Musée de l'Homme ». Photo byM. Gautherot.

1

2

★ MUSÉES ★



Deux annonces de magazine réalisées par l'Agence Damour, Publicité, Paris.

Two magazine advertisements carried out by the Agence Damour, Paris.

3

3.— Hall d'entrée du « Musée de l'Homme ». Décorateurs ; R. Pontabry, Cl. Laurens, M. Gautherot.
Entrance hall of the « Musée de l'Homme », arranged by R. Pontabry, Cl. Laurens, M. Gautherot.

1. — Affiche de Derouet Lesacq pour le Vélodrome d'Hiver. Imprimerie J. E. Goossens (Lille, Paris).

Poster by Derouet Lesacq for the Winter Velodrome. Printed by J. E. Goossens (Lille, Paris).

2. — Affiche de Derouet Lesacq pour le « Palais des Loisirs ». Imprimerie J. E. Goossens (Lille, Paris).

Poster by Derouet Lesacq for the « Palais des Loisirs ». Printed by J. E. Goossens (Lille, Paris).

3.— Affiche de Roland Hugon pour le « Bal Véronique », organisé par le Commissariat des Fêtes de Paris (Ministère du Commerce). Éditions **Paul-Martial.**

Poster by Roland Hugon for the « Bal Véronique », organized by the Committee of Paris Festivals (Ministry of Commerce). Editions **Paul-Martial.**

★ SPECTACLES ★

4. — Fragment de la couverture du scénario illustré de « Café de Paris », édité par le Service de publicité Filmsonor.

Part of the cover of an illustrated programme of the « Café de Paris », edited by the Filmsonor. Publicity service.

1. — Affichette exécutée par Marino pour « Lettre d'Introduction », production Universal-Films S. A.

Small poster executed by Marino for the film « Lettre d'Introduction », produced by Universal Films, S. A.

Façades du cinéma « Marignan Pathé » :
3. — Le drame de Shanghaï. - Maquette de Lancy.
4. — Adrienne Lecouvreur. - Maquette de Claude Lemeunier.
5. — L'Innocent. - Maquette de Cerutti.
6. — Trois Valses. - Maquette de J.-M. Mercier.

Façades of the « Marignan Pathé » Cinema :
3. — Le drame de Shanghaï. - Layout by Lancy.
4. — Adrienne Lecouvreur. - Layout by Claude Lemeunier.
5. — L'Innocent. - Layout by Cerutti.
6. — Trois Valses. - Layout by J.-M. Mercier.

2. — Affiche de O. Noryer (procédé S. P. M. de l'Imprimerie Bedos) pour une production Universal-Films S. A.

Poster by O. Noryer (S. P. M. process of the Bedos printing-works) for a film produced by Universal Films, S. A.

3

4

5

6

NE CHERCHEZ PAS A CACHER CETTE VERITE.

composition de Henri CERUTTI

UNIVERSAL PICTURES

Siège Social :
33, Champs-Elysées, Paris
AGENCES PARTOUT

DONNEZ A VOS SPECTATEURS
"CET AGE INGRAT" PRODUCTION Universal Film S. A.

1

2

IL FAUT FAIRE ECLATER LA VERITE !!!

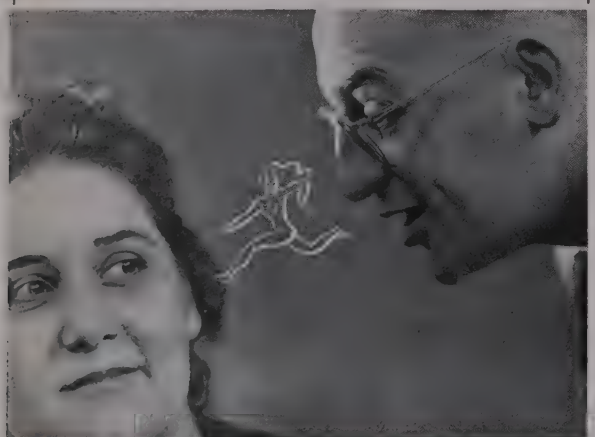
3

1, 2, 3, 4. - Série d'annonces, composition de H. Cerutti, pour les journaux corporatifs cinématographiques (Publicité Universal-Films, S. A.).

1, 2, 3, 4. - Series of advertisements composed by H. Cerutti for the corporative cinematographic journals (Publicité Universal Films, S. A.).

4

UNE VERITE QUI VA DE L'UN A L'AUTRE



UN FILM QUI FAIT RECETTE?
JIM LA JUNGLE!!
PRODUCTION Universal Film S. A.
Siège Social :
33, Champs-Elysées, Paris
AGENCES PARTOUT

5. - Dépliant publicitaire destiné aux directeurs de salles cinématographiques (Publicité Universal-Films S. A.). Maquette de J. Faria. Texte de R. Chalmandrier.

5. - Advertising folder for distribution to managers of cinemas (Publicité Universal Films S. A.). Layout by J. Faria, text by R. Chalmandrier.

5

1

2. — Annonce destinée aux journaux quotidiens (service de publicité Filmsonor).

Advertisement for insertion in daily newspapers (Filmsonor publicity service).

hc

4

1. — Annonce destinée aux journaux quotidiens pour une production Universal-Films S. A.

Advertisement for insertion in daily newspapers, for a Universal Films production.

3 et 4. — Annonces destinées aux journaux corporatifs cinématographiques pour la nouvelle classification des productions Universal-Films S. A.

Advertisements for insertion in cinema trade journals, for new classification of Universal Films productions.

5. — Annonce destinée aux journaux quotidiens (service de publicité Filmsonor).

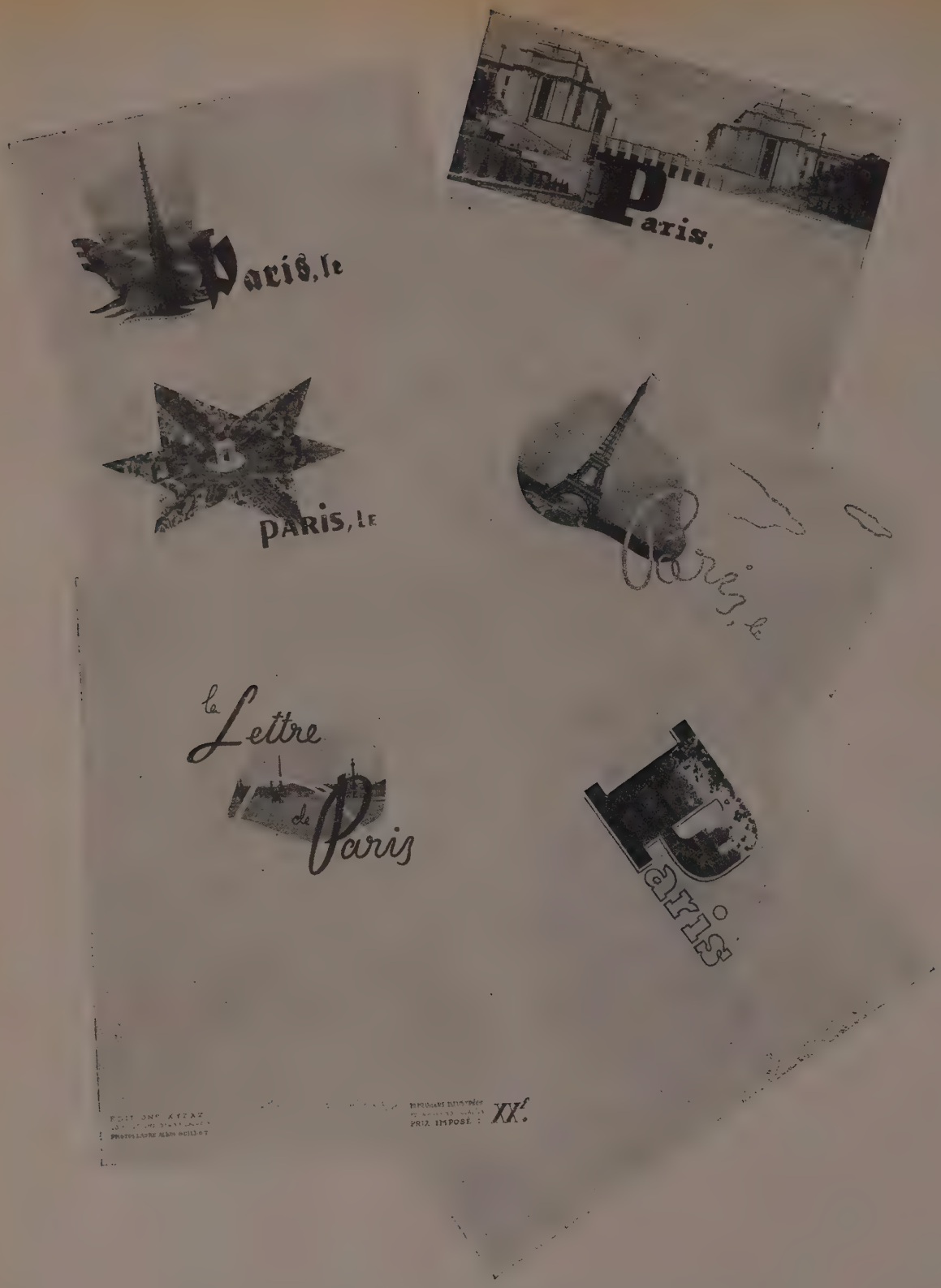
Advertisement for insertion in daily newspapers (Filmsonor publicity service).

6. — Annonce destinée aux journaux quotidiens (service de publicité Filmsonor).

Advertisement for insertion in daily newspapers (Filmsonor publicity service).

6

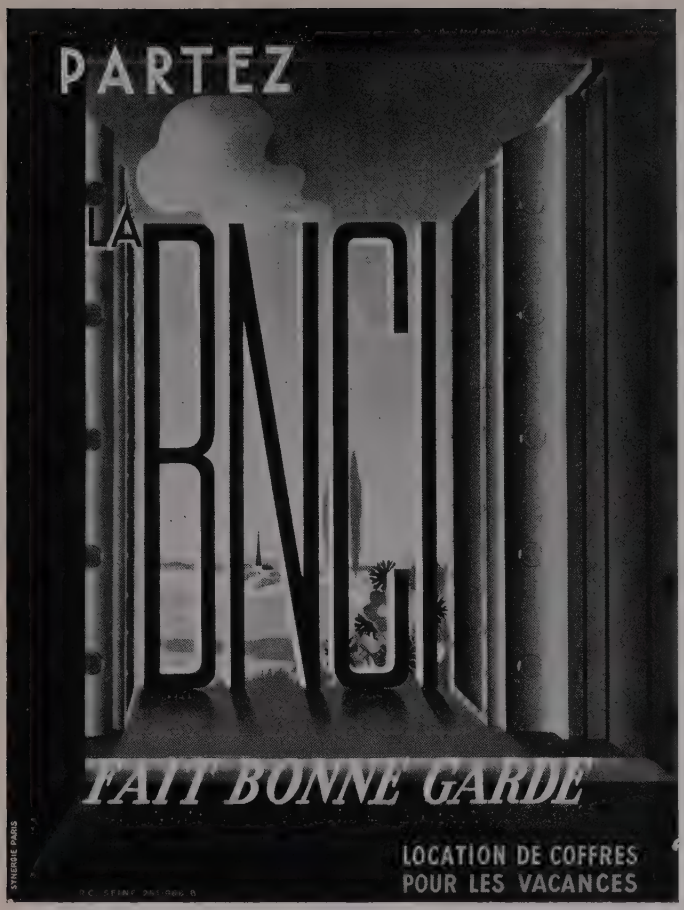
5



Projet de papier à lettres de propagande touristique. Composition : Boris J. Lacroix.
Photographies : Laure Albin Guillot.

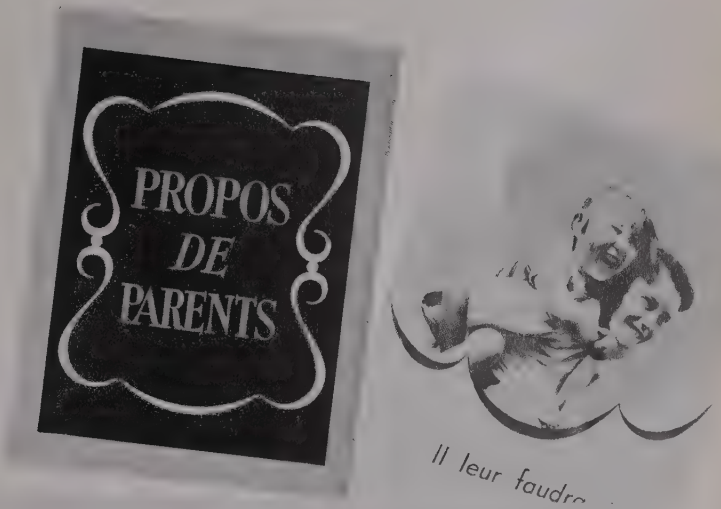
Writing-paper for tourist propaganda. Composition by Boris J. Lacroix. Photo by Laure Albin Guillot.

ASSURANCES
BANQUE



1. — Affiche de H. Herest pour la B. N. C. I. Production Synergie, Publicité et Propagande, Paris.

Poster by H. Herest for the B. N. C. I. (Banque Nationale pour le Commerce et l'Industrie), Executed by Synergie, Advertising and Propaganda agents, Paris.



2. — Couverture et pages intérieures d'une brochure éditée par **Paul-Martial** pour la Compagnie d'assurances « le Phénix ».

Cover and pages from a brochure published by **Paul-Martial** for the « Phenix » Insurance Company.

1. — « Provinces Françaises », papier de fond pour confiserie. (Éditions Tolmer).
« Provinces Françaises », wrapping-paper for sweet-boxes (Editions Tolmer).

2. — Annonce de presse en faveur de la pellicule cellulosique transparente « Cellophane ». Production Synergie, Publicité et Propagande.
Press advertisement for « Cellophane », transparent cellulose film. Executed by Synergie, advertising and propaganda agents.

EMBALLAGES

3. — Annonce de presse en faveur de la pellicule cellulosique transparente « Cellophane ». Production Synergie, Publicité et Propagande.
Press advertisement for « Cellophane » transparent cellulose film. Executed by Synergie, advertising and propaganda agents.

4. — Annonce de presse en faveur de la pellicule cellulosique transparente « Cellophane ». Production Synergie, Publicité et Propagande.
Press advertisement for « Cellophane » transparent cellulose film. Executed by Synergie, advertising and propaganda agents.

VITRINES

1. Rubans, fleurs, plumes (H. Hétreau, Décorateur).

Ribbons, flowers, feathers (H. Hétreau, Decorator).

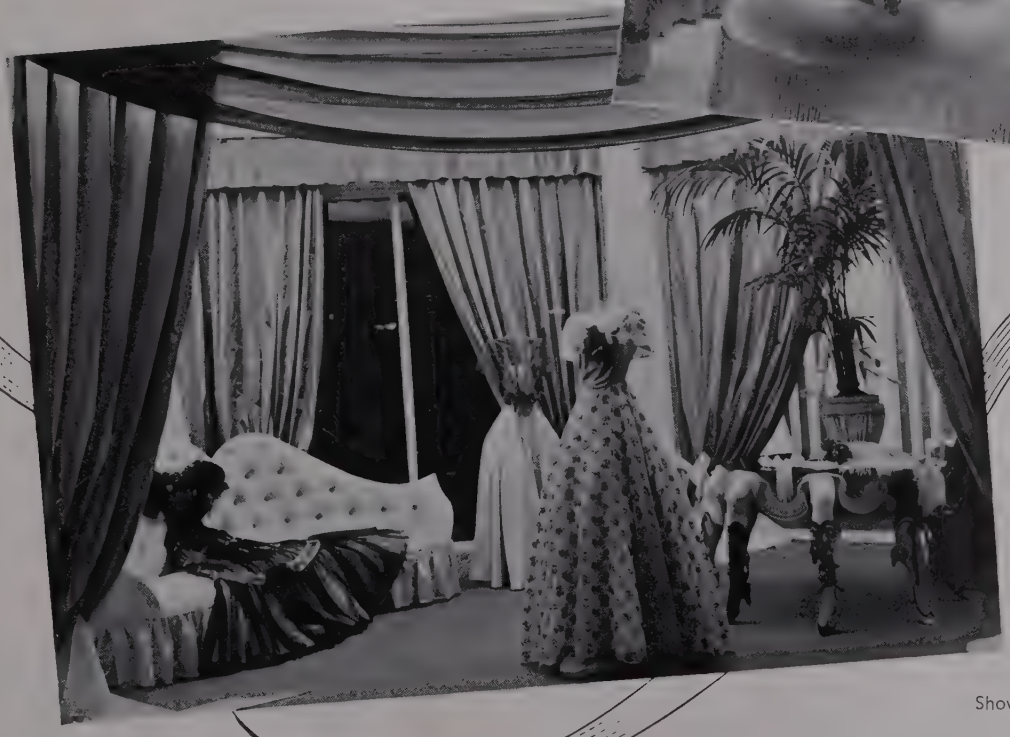
1

2. Présentation de chapeaux (H. Hétreau, Décorateur).

Display of hats (H. Hétreau, Decorator)

2

3



3. Présentation de robes (E. Chaperon, Décorateur).

Display of dresses (E. Chaperon, Decorator).

Vitrines des Galeries Lafayette, Paris.
Show-windows of the Galeries Lafayette, Paris.

Quatre vitrines des Magasins « Aux Trois Quartiers », Paris.

Four show-windows of the stores « Aux Trois Quartiers », Paris.

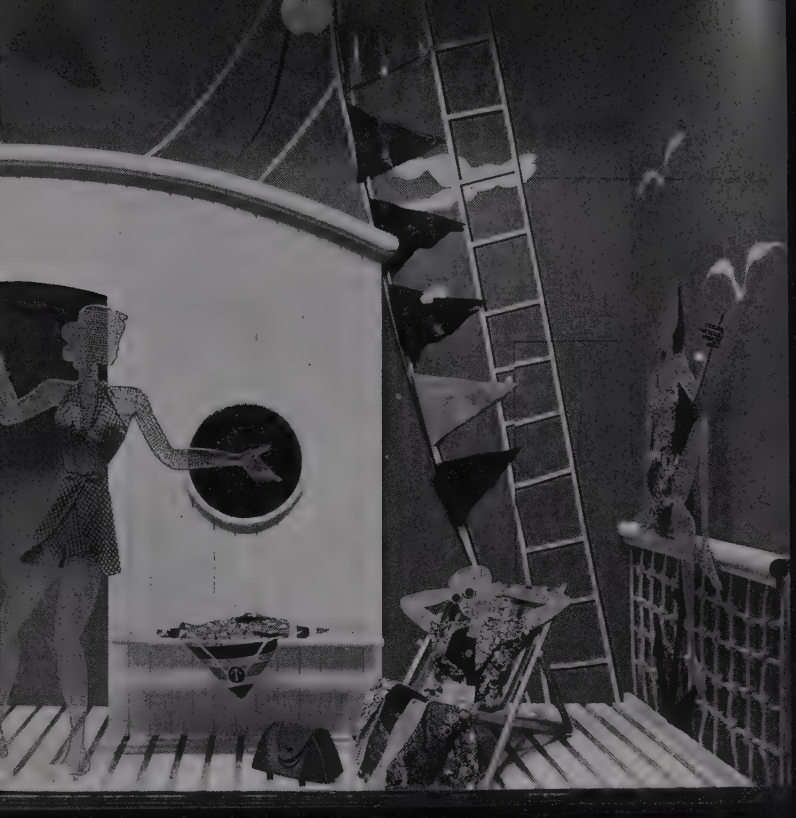
Vitrines des Grands Magasins du Louvre (studio, étalages, décoration).
(Photographies Harand).

1. Sports et Loisirs.
2. Lingerie.
3. Modes.
4. Départ en vacances.
5. Dentelles.
6. Lainages d'hiver.
7. Exposition de Blanc.

1

2 et 3

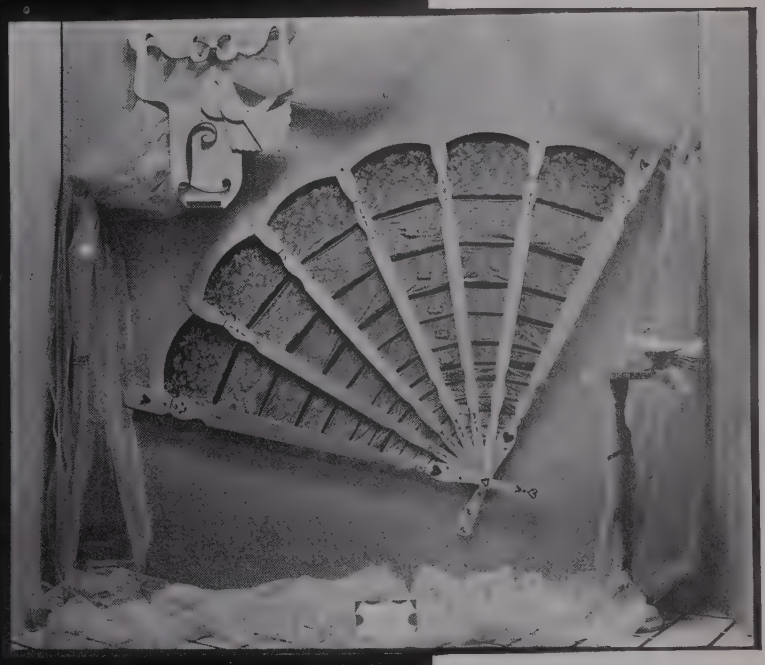
6

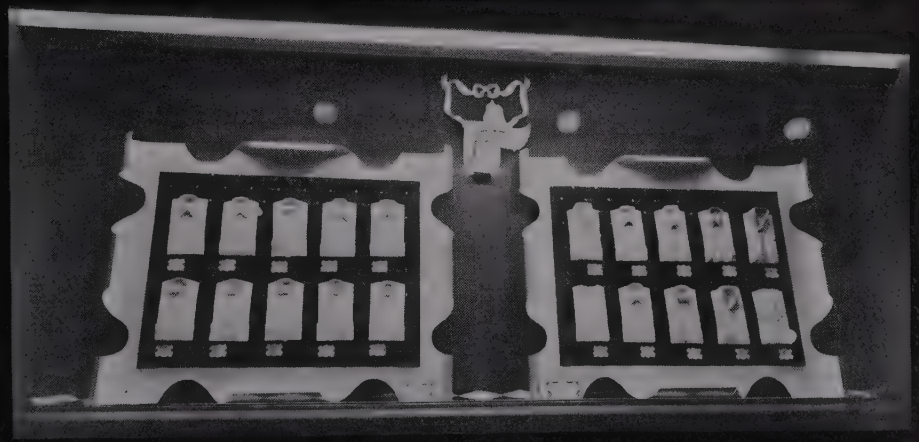


Window-displays of the Grands Magasins du Louvre (Studio, Étalages, Décoration). (Photos by Harand).

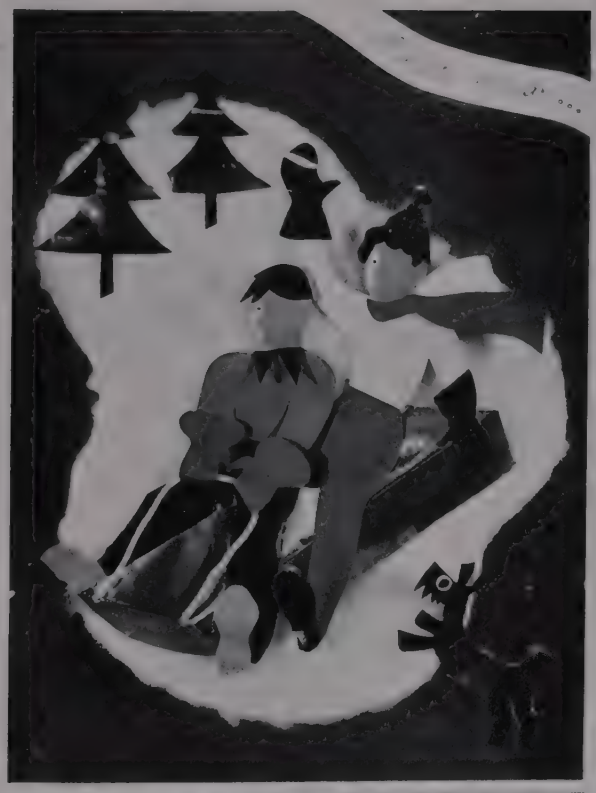
1. Sports and pastimes.
2. Lingerie.
3. Hats.
4. Holidays.
5. Lace.
6. Winter woollens.
7. Display of white.

4 et 5





7



1

2

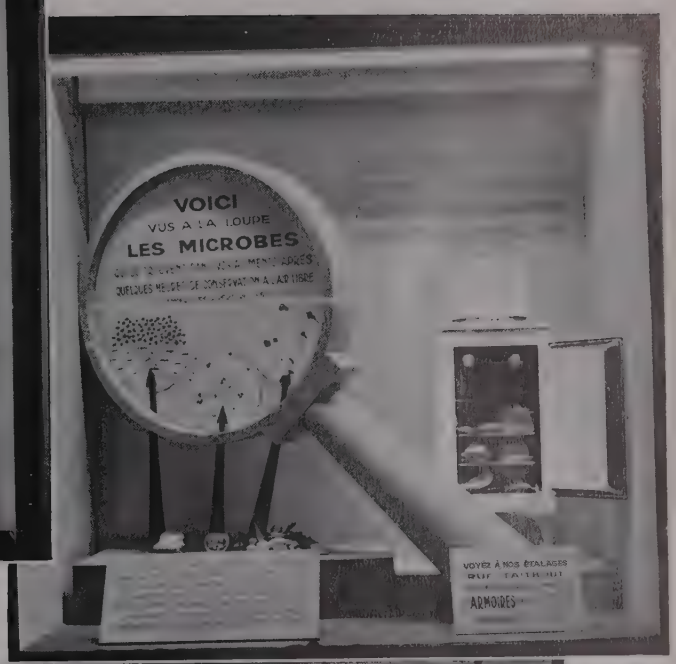
3

4

Décors d'étalages des Grands Magasins du Printemps (Atelier Le But).
Displays of the Grands Magasins du Printemps (Atelier Le But).

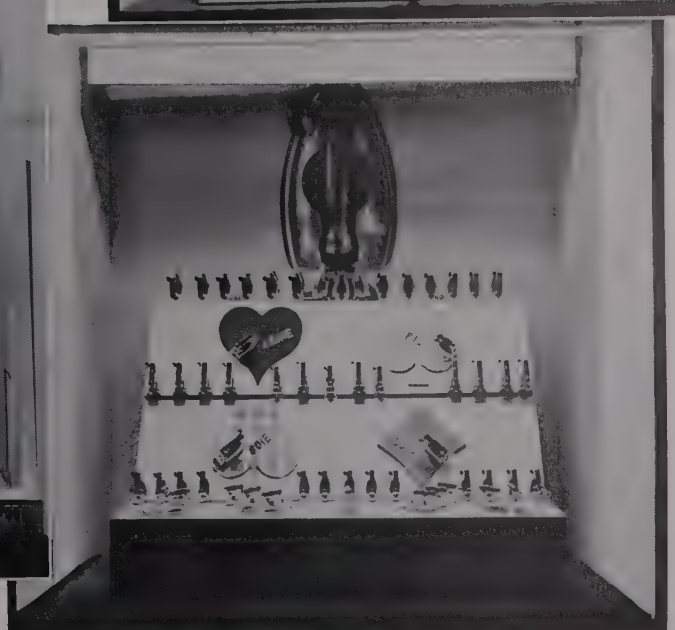
1. Sports d'Hiver. Enfants. — Winter Sports for children.
2. Vêtements d'intérieur. — Indoor clothes.
3. Vêtements de ville. — Clothes for the Town.
4. Gants — Gloves.

1



3

2



4

Quatre vitrines de Maria Rudmann pour l'Ocel (Office Central Electrique).
Four window-displays by Maria Rudmann for the Ocel (Office Central Electrique).

1 et **3**. Frigidaire. — Frigidaire.
2. Radiateur. — Radiator.
4. Fers à repasser. — Electric irons.

← 1. — Projet d'affiche de X. Basse pour le chapeau Pichler.

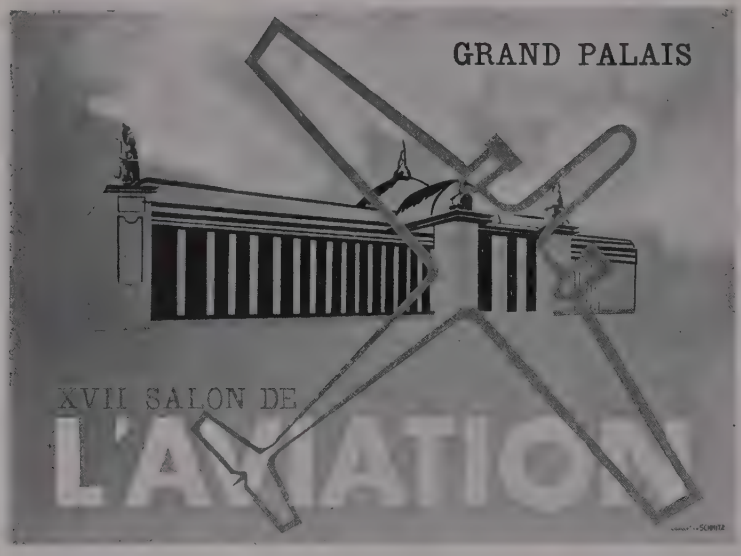
Poster design for Pichler hats, by X. Basse.

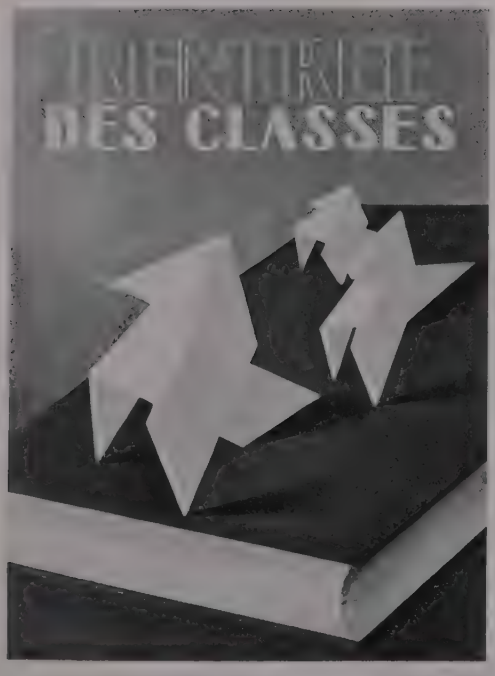
PUBLIPHOT

2. — Projet de couverture de M. de Geens pour une Revue suisse. →

Cover design for a Swiss review, by M. de Geens.

ÉCOLES





3. — Projet d'affiche de Jacqueline Schmitz pour le Salon de l'Aviation.

Poster design for the Salon d'Aviation, by Jacqueline Schmitz.

← 4. — Projet de couverture de Francine Lucius.

Cover design by Francine Lucius. « Back to School ».

ATELIERS
D'ART DÉCORATIF
DE LA
RUE BEETHOVEN

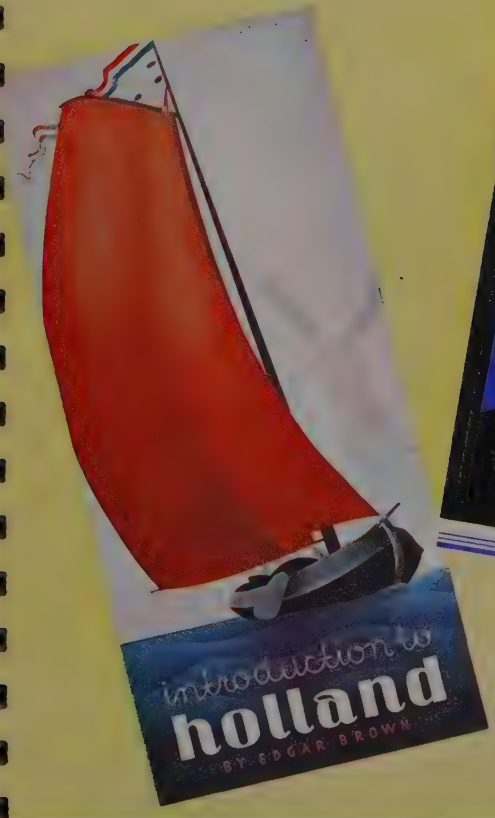
5. — Projet de couverture de Anne Brulé. →

Cover design by Anne Brulé. « Back to School ».

SPÉCIMEN DE HÉLIOGRAVURE
EXÉCUTÉ PAR LA SOCIÉTÉ
NÉERLANDAISE „ROTOGRAVURE"
A LEIDEN — HOLLAND

NRM

SPECIMENS OF ROTOCOLOR
BY THE
NEDERLANDSCHE ROTOGRAVURE MIJ
LEIDEN — HOLLAND



QUELQUES COULEURS:
UNE ATTRACTIVITÉ
SURPRENANTE

★

COLOURS OF SURPRISING
ATTRACTIVENESS

LA
ROTOGRAVURE
UNIVERSELLE
POUR RENDRE
SCRUPULEUSEMENT
LA VÉRITÉ ET POUR
CRÉER UNE ILLUSION
CHARMANTE....

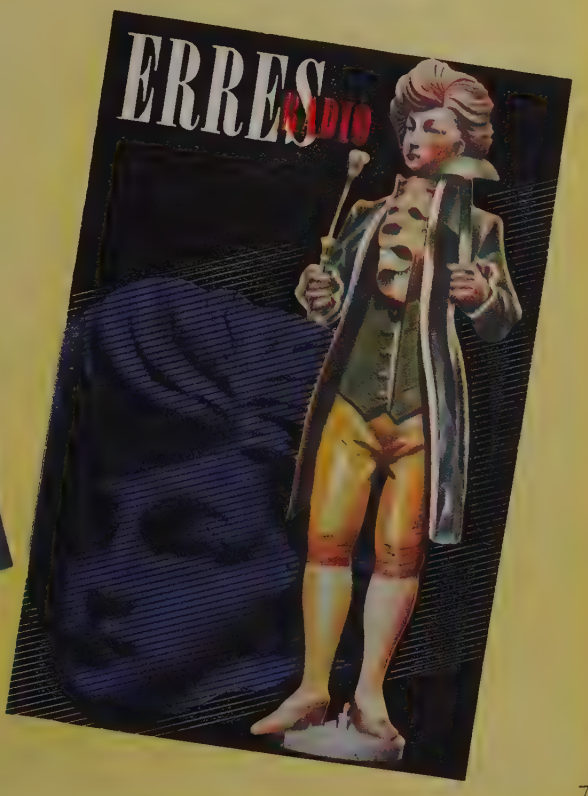
★

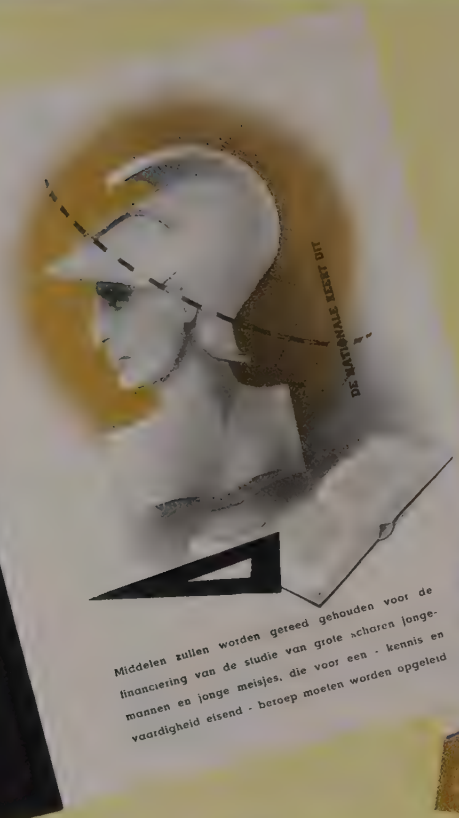
SOME SAMPLES OF
DIRECT-COLOR-
PHOTOGRAPHY
REPRODUCED IN
ROTOCOLOR

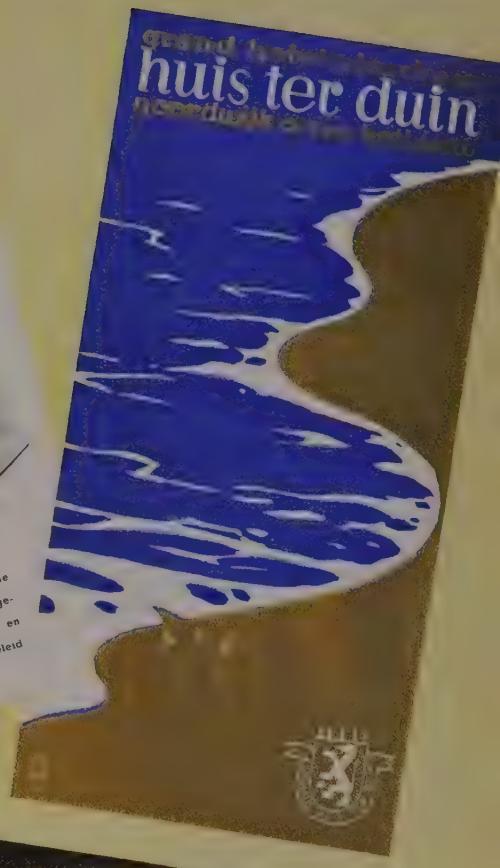
TEGENWOORDIG
VLIEGT
MEN

Dikkers-Kongelo

15


ERRES
RADIO





L'OR ET L'ARGENT, POUR LE CATALOGUE DE LUXE

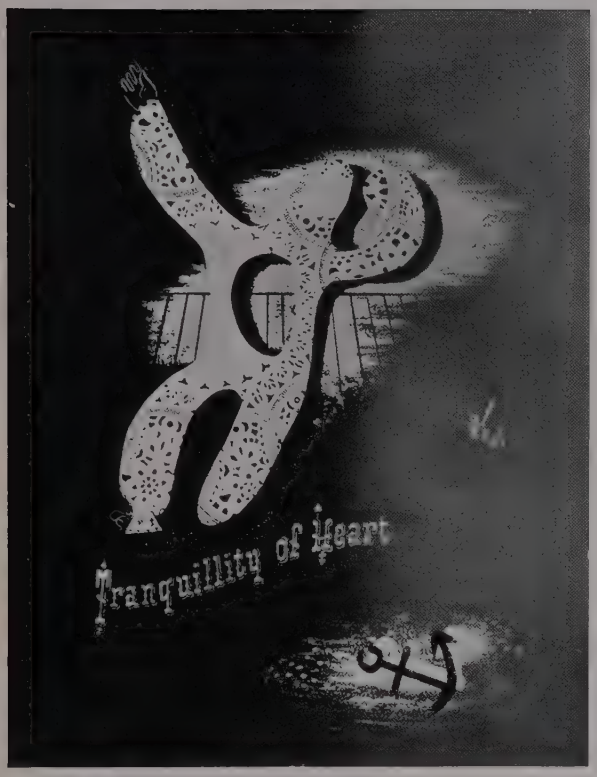
★

GOLD AND SILVER, FOR THE CATALOGUE DE LUXE

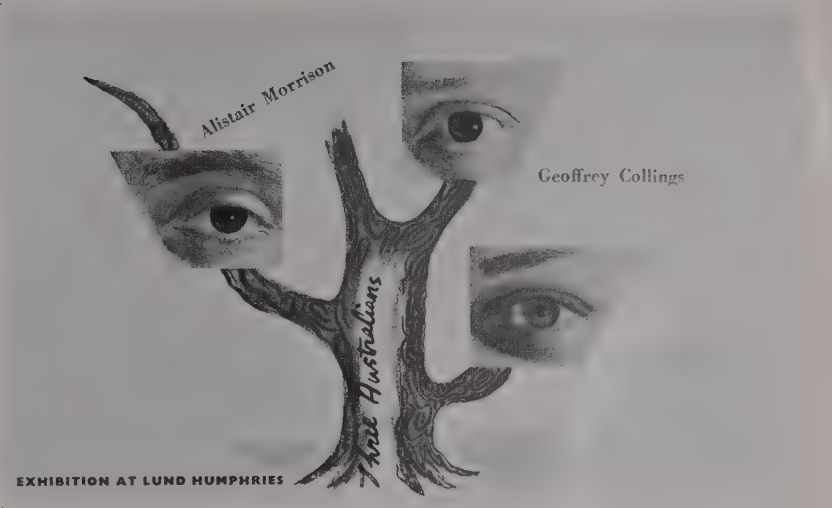
IMPRIMÉ EN HOLLANDE — PRINTED IN HOLLAND

PUBLICITÉ ANGLAISE

ENGLISH ADVERTISING

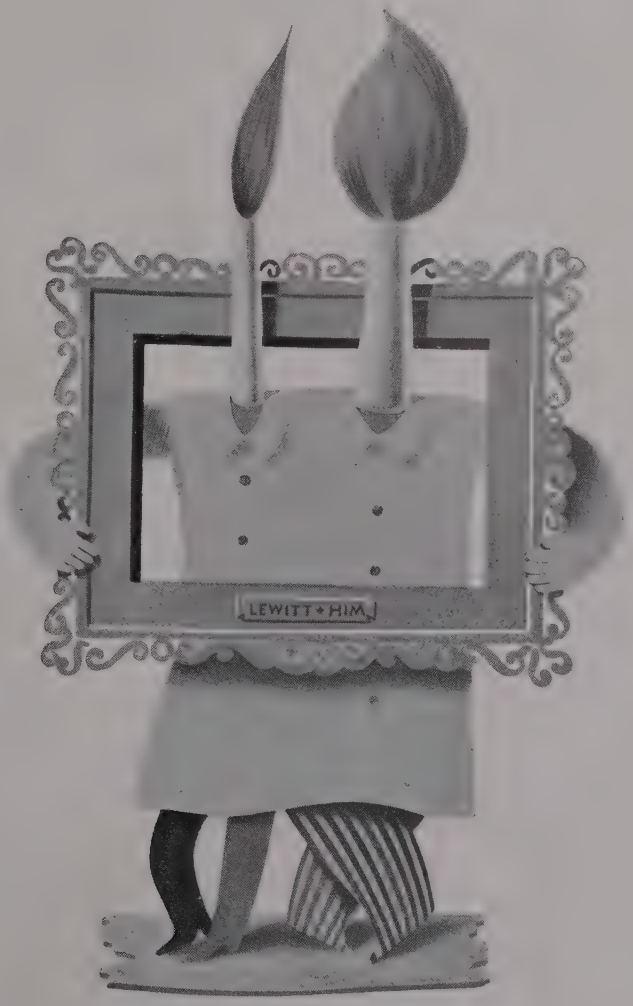


1. — Carte de vœux par Zero (Londres)
Greeting card by Zero (London).



2. — Carte d'invitation pour une exposition de A. Morrison et de G. et D. Collings.
Réalisation de ces trois artistes.
Invitation card for an exhibition of A. Morrison, and G. and D. Collings.
Designed by these three artists.

3. — Cartes de vœux par Zero (Londres).
Greeting card by Zero (London).

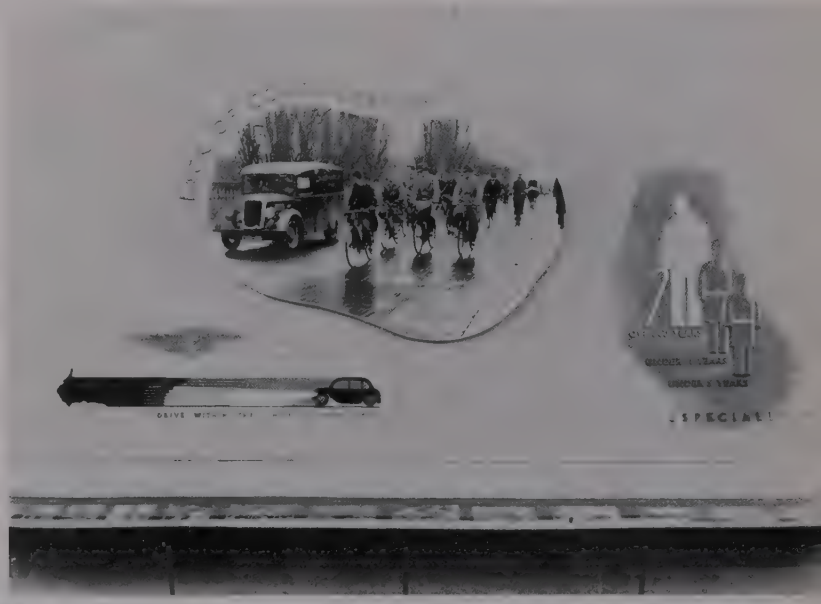


4. — Carte d'invitation pour une exposition Lewitt-Him.
Invitation-card for a Lewitt-Him exhibition.

1. — Affiche de Zero pour le Ministère britannique des Transports.
Poster by Zero for the British Ministry of Transport.

2

3



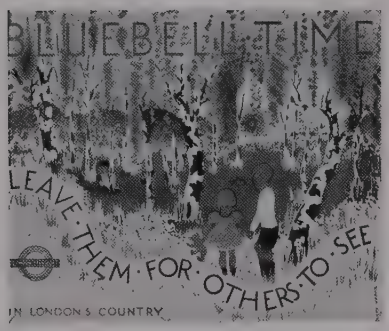
4

2, 3, et **4.** — Compositions murales de Zero, pour le Ministère britannique des Transports.
Advertisements by Zero, for the British Ministry of Transport.
(Photo Studio Briggs.)

1

Affiches du métro de Londres : **1.** Ces affiches sont disposées en bordure des rampes d'un escalier roulant. Affiches diverses : **2.** « Le temps des clochettes bleues. Laissez-les pour que d'autres puissent les voir ». — **3.** Affiche pour le match de tennis de Wimbledon. — **4.** « Achetez un abonnement ». — **5.** Affiche pour le match Oxford-Cambridge.

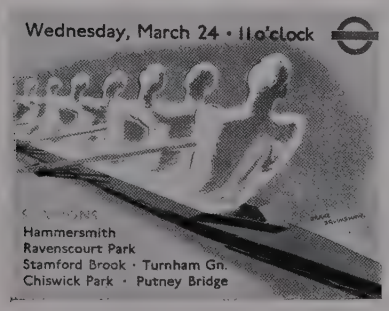
Posters of the London Underground.



2

3

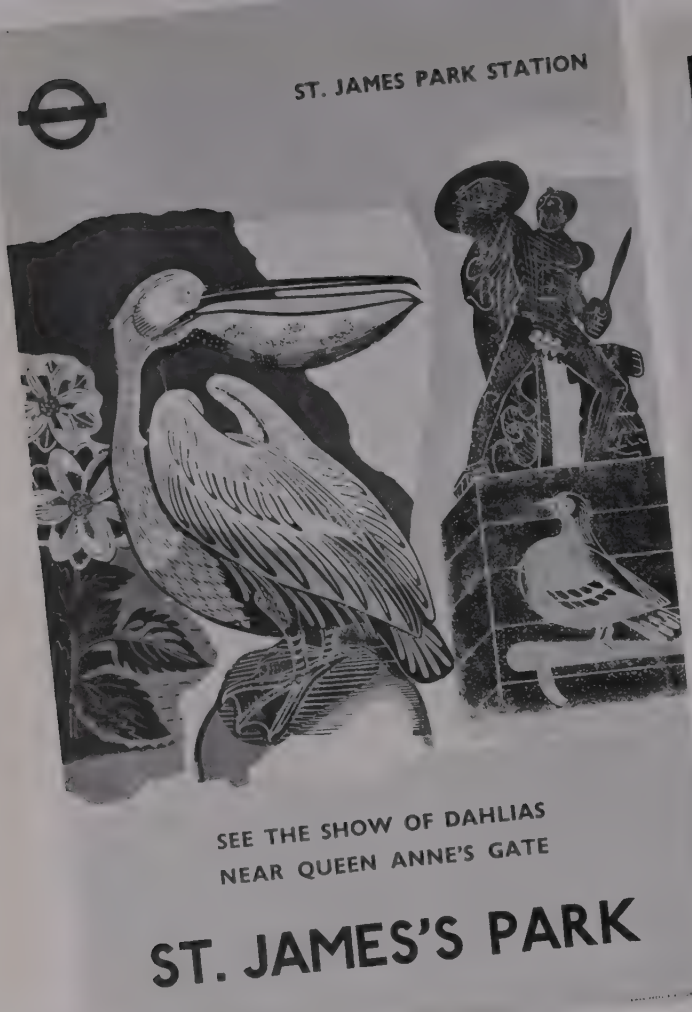
4

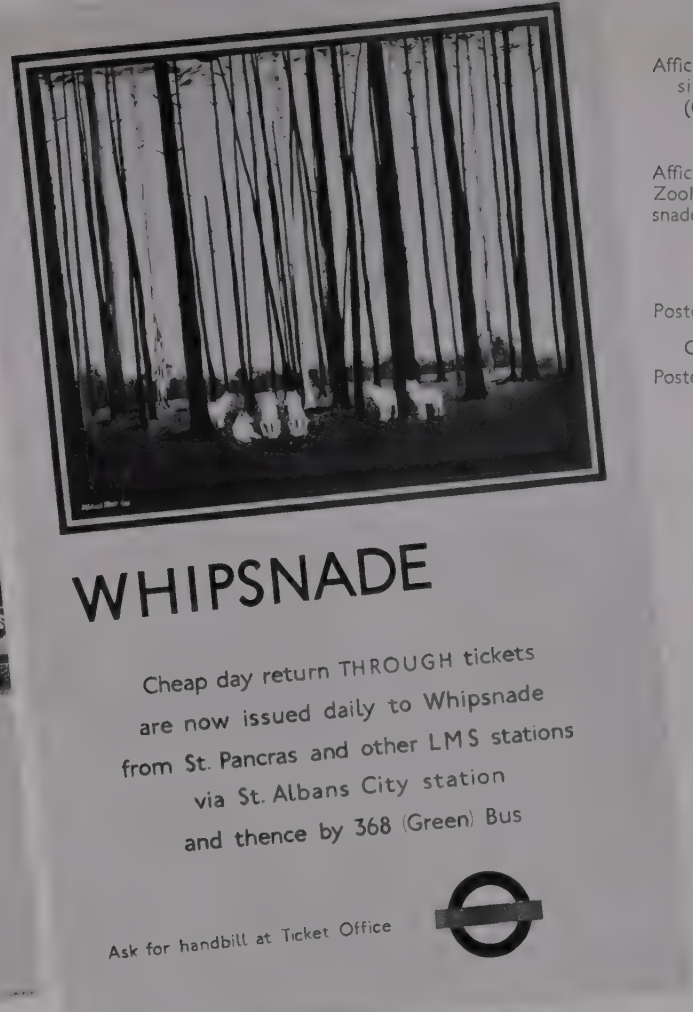


5

1. — Affiche de Paul Nash. « Passez vos loisirs à la campagne ». (Baynard Press).

Poster by Paul Nash.





A gauche :

Affiche pour une exposition de dahlias. (Curwen Press).

A droite :

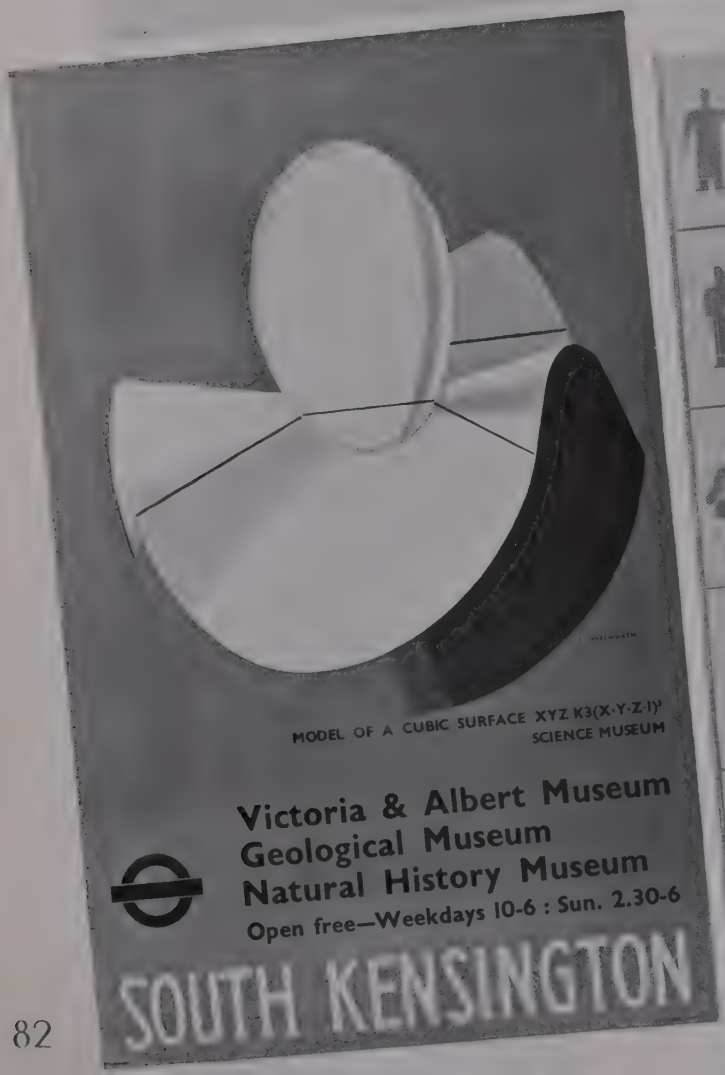
Affiche pour le Parc Zoologique de Whipsnade par Michael Ross.

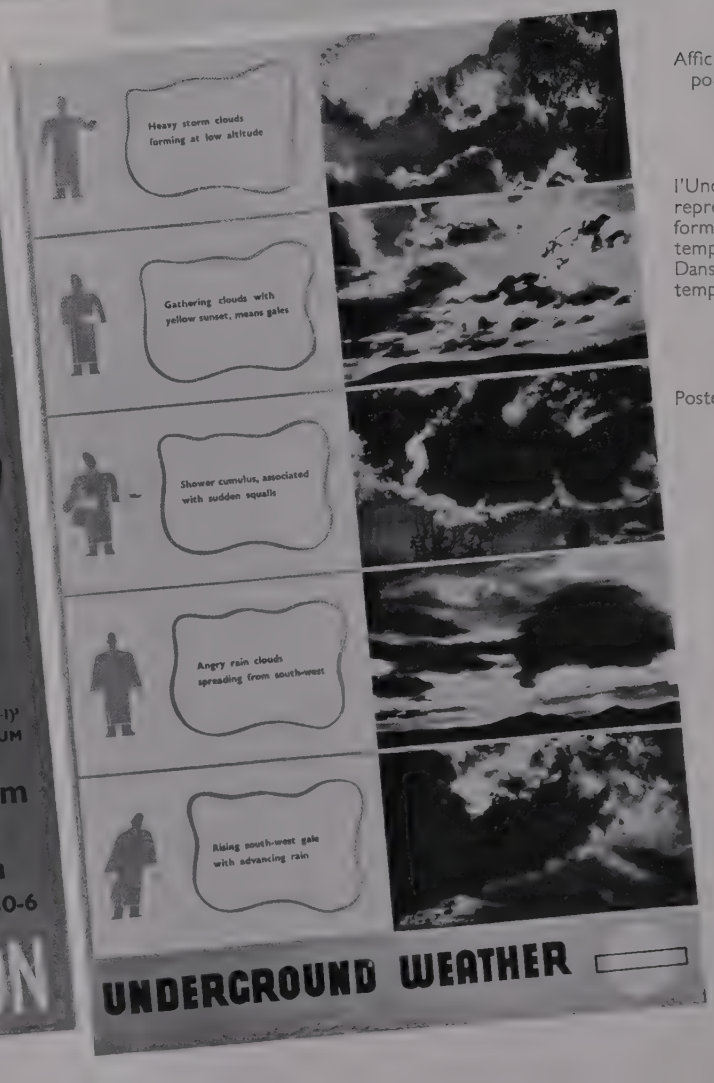
On the left :

Poster (Curwen Press).

On the right :

Poster by Michael Ross.





A gauche :

Affiche de E. Wadsworth pour plusieurs musées. (Curwen Press).

A droite :

Affiche pour l'Underground. Les photos représentent les différentes formes de nuages et le temps qu'ils annoncent. Dans " l'Underground le temps est constant " indique la phrase du bas.

On the left :

Poster by E. Wadsworth. (Curwen Press).

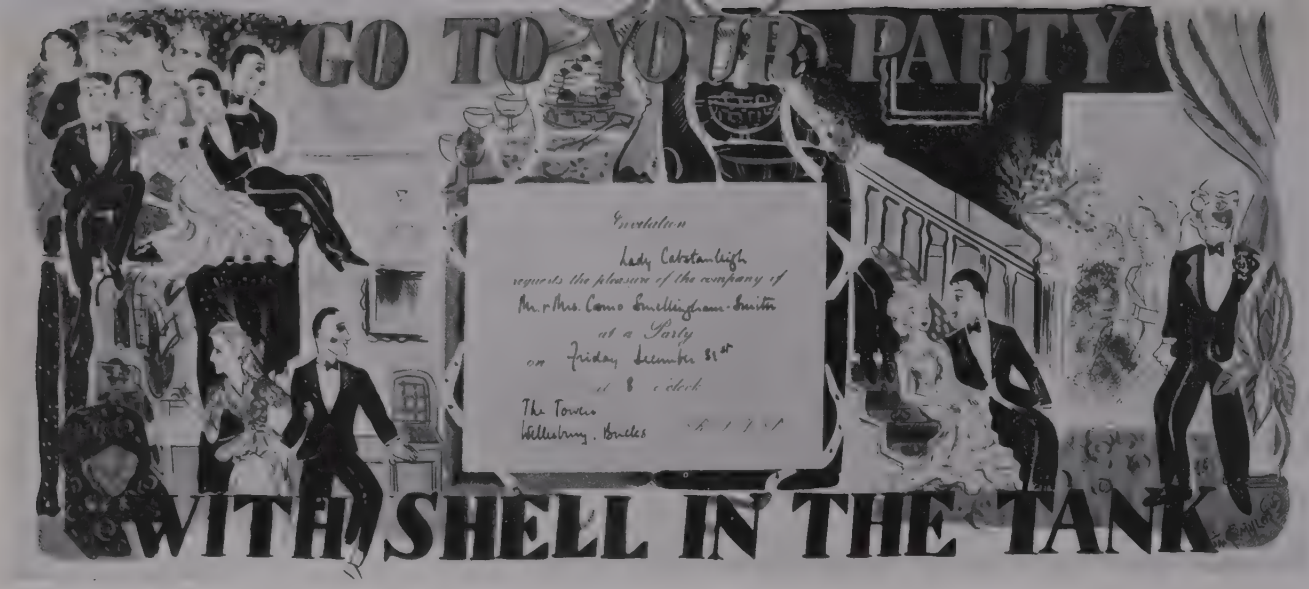
On the right :

Poster for the Underground.

1. — Affiche de Franck Armrod.
Poster by Franck Armrod.

2. — Affiche de tourisme de Clodagh Sparrow.
Poster advertising tourism by Clodagh Sparrow.

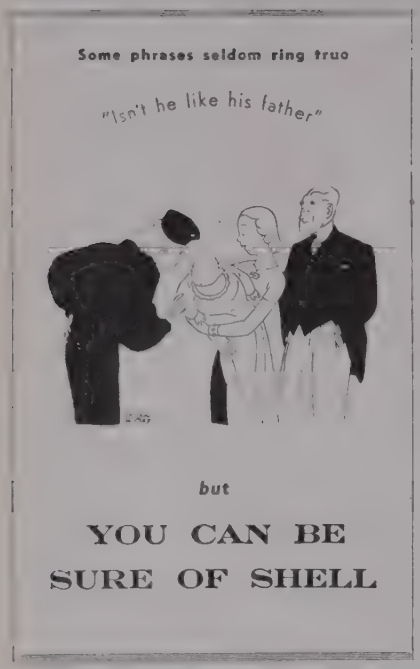
3. — Affiche de Richard Beck pour les croisières en Orient (Londres).
Poster by Richard Beck (London).



1.—« Rendez-vous à votre "party" avec de la Shell dans le réservoir ». Affichette de Jack Miker.

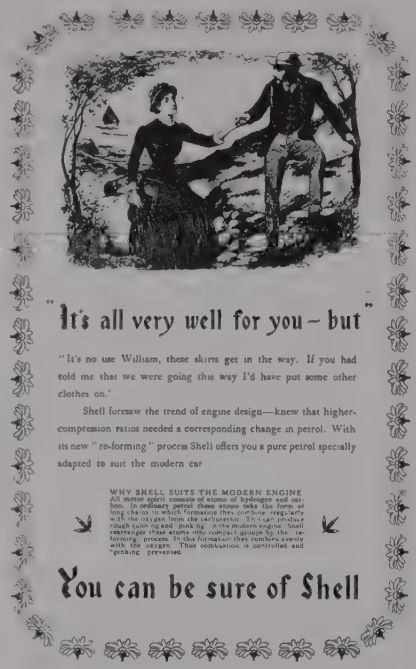
Small poster by Jack Miker.

LA PUBLICITE DES HUILES SHELL-MEX EN ANGLETERRE
THE ADVERTISING OF SHELL IN ENGLAND



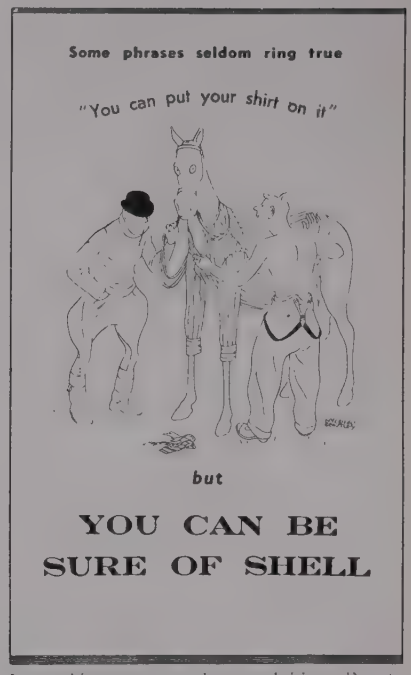
2. — « N'est-ce pas le portrait de son père », mais Shell vous donne toute tranquillité. Annonce-Composition de Nicolas Bentley.

Advertisement by Nicolas Bentley.



3. — La Femme se plaint d'avoir mis une robe qui ne convient pas à une ascension « mais Shell vous donne toute tranquillité ». Composition de R. Taylor.

Composition by R. Taylor.



4. — « Vous pouvez miser sur lui jusqu'à votre dernière chemise », mais Shell vous donne toute tranquillité. Annonce. Composition de Nicolas Bentley.

Advertisement. Composition by Nicolas Bentley.

5. — Dépliant : « Les temps changent, ainsi fait la Shell ». Composition de E. Bawden.

Folder. Composition by E. Bawden.

1. — Dessin d'Alistair Morrison. Recherche de couleur et de forme pour la couverture d'une revue technique.
Design by Alistair Morrison. An exercise in colour and form for the cover of technical magazine.

2. — Affiche de Lindner pour les pianos Barnes.
Poster by Lindner for Barnes pianos.

3. — Pages intérieures d'une carte annonçant l'ouverture d'un magasin " Three smart girls ", par Alistair Morrison.
The inside pages of a card announcing the opening of a shop called " Three smart girls " by Alistair Morrison.

PUBLICITÉ ANGLAISE
ENGLISH ADVERTISING

1. — Projet de catalogue pour les magasins Harvey Nichols, par Dahl Collings.
Design for a catalogue for the department store Harvey Nichols by Dahl Collings.

2. — Projet d'affiche publicitaire par Geoffrey Collings, pour " Viyella " destinée à être apposée dans un escalier roulant du métro.
Design for an "Underground" Escalator Card for "Viyella" by Geoffrey Collings.

3. — Vitrine. Réalisation de F. H. K. Henrion.
Show-case. Designed by F. H. K. Henrion.

4. — Couverture pour la revue australienne "The Home" par Dahl Collings. Collage réalisé au moyen de tissus divers.
Cover design for the Australian magazine " The Home " by Dahl Collings. " Collage " in actual materials.

1. — 3 Prospectus pharmaceutiques. Composition de Lewitt-Him.

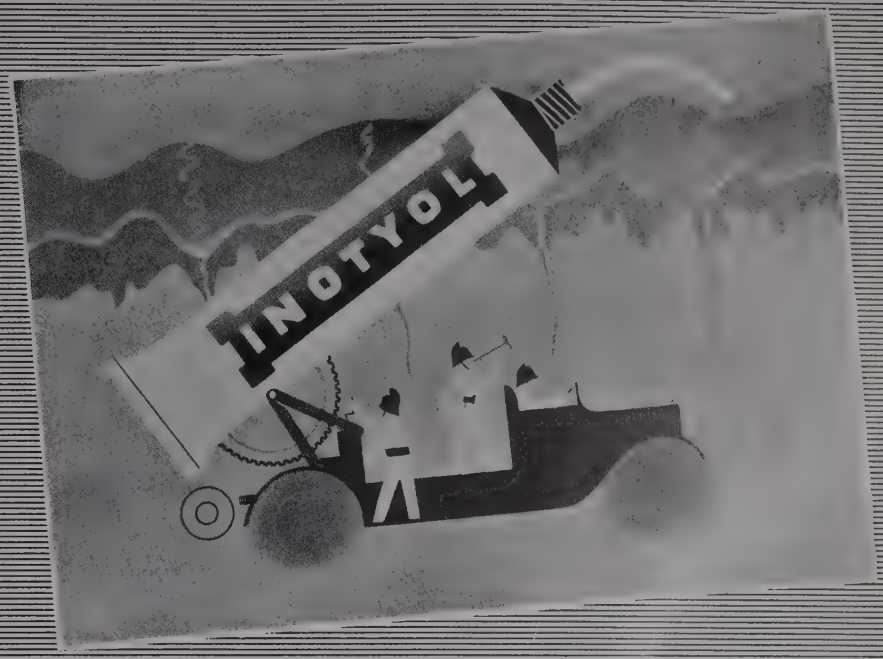
3 pharmaceutical prospectuses. Composition by Lewitt-Him.

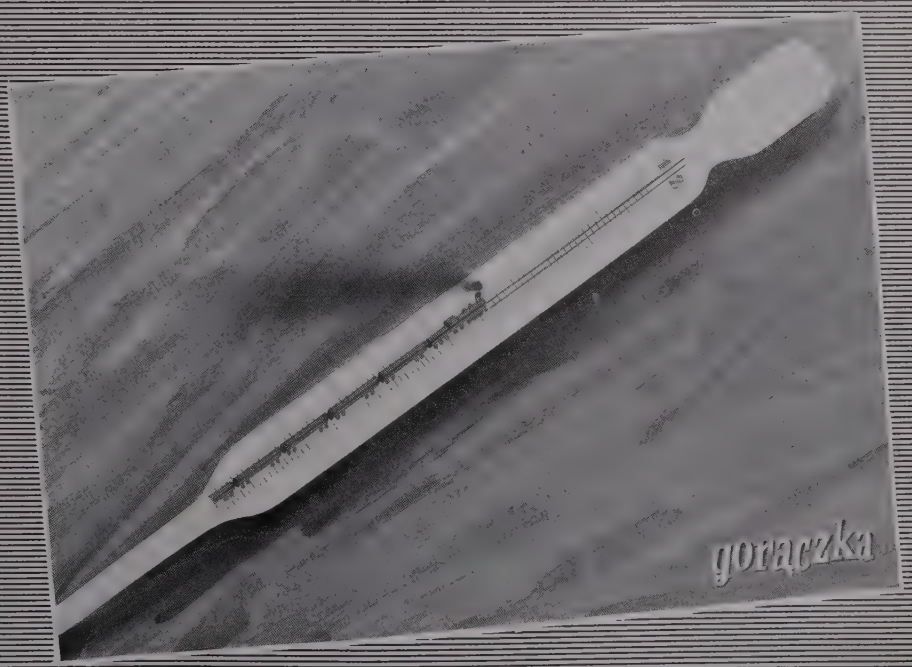
2. — Couverture de Lewitt-Him pour le livre de Engelbrecht Harrighen « Les Marchands de la mort ».

Book-cover by Lewitt-Him. « The merchants of Death »

3. — Couverture d'un livre édité par " The Studio ".

Cover design for a book published by " The Studio ".





PUBLICITÉ ALLEMANDE

GERMAN ADVERTISING

1. — Affiche de Roth pour l'Exposition de jardins de Stuttgart.

Poster by Roth for the Garden Exhibition at Stuttgart.

2. — Annonce pour pour les tissus A. G. B. Publiée dans la revue allemande « Die Dame ».

Advertisement for A. G. B. textiles. Published in the German review, « Die Dame ».

3. — Calendrier de l'Imprimerie J. P. Himmer, Augsburg. Roth, dessinateur.

Calendar by the Printer J. P. Himmer, Augsbourg. Roth designer.

PUBLICITÉ SUISSE

SWISS ADVERTISING

1

2

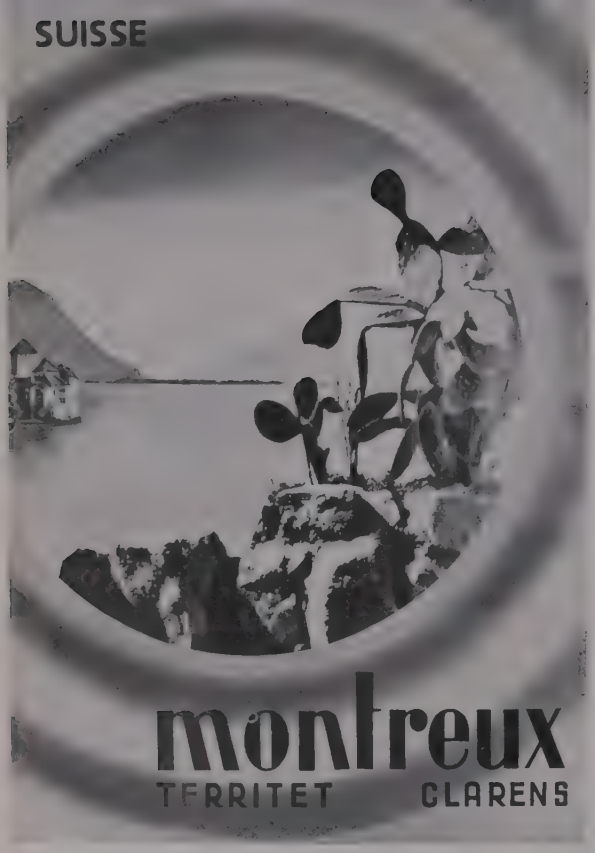
3

4

1. et 3. — Affiches de A. Carigiet. Imprimées par Wolfsberg à Zurich.
Posters by A. Carigiet. Printed by Wolfsberg in Zurich.

2. — Affiche de A. Carigiet. Imprimée par Ringier et Cie, Zofingue. — (Affiches communiquées par l'Agence des Chemins de fer suisses à Paris).
Poster by A. Carigiet. Printed by Ringier and Co, Zofingue. — (Posters delivered by the Swiss Railway Agency in Paris).

4. — Affiche. Photos Schocher-Steiner. Conzett et Huber imp. Zurich, Projet de Schulthers.
Posters. Photos by Schocher-Steiner. Printed by Conzett and Huber. Zurich. Design by Schulthers.



1. — Maquette Trio S. A. Lausanne. Imp. Cortag, Montreux. Cliché Busag, Berne.

Layout by Trio S. A. Lausanne Printed by Cortag, Montreux. Cliché by Busag, Berne.

3. — Affiche de Hans Fischer pour les sports d'hiver en Suisse.

Poster by Hans Fischer for winter sports in Switzerland.

2. — Affiche de A. Carigiet. Imprimée par Ringier et Cie, Zofingue.

Poster by A. Carigiet. Printed by Ringier and Co, Zofingue.

4. — Affiche de Herdeg et Germaine Aussey, Conzett et Huber imp., Zurich.

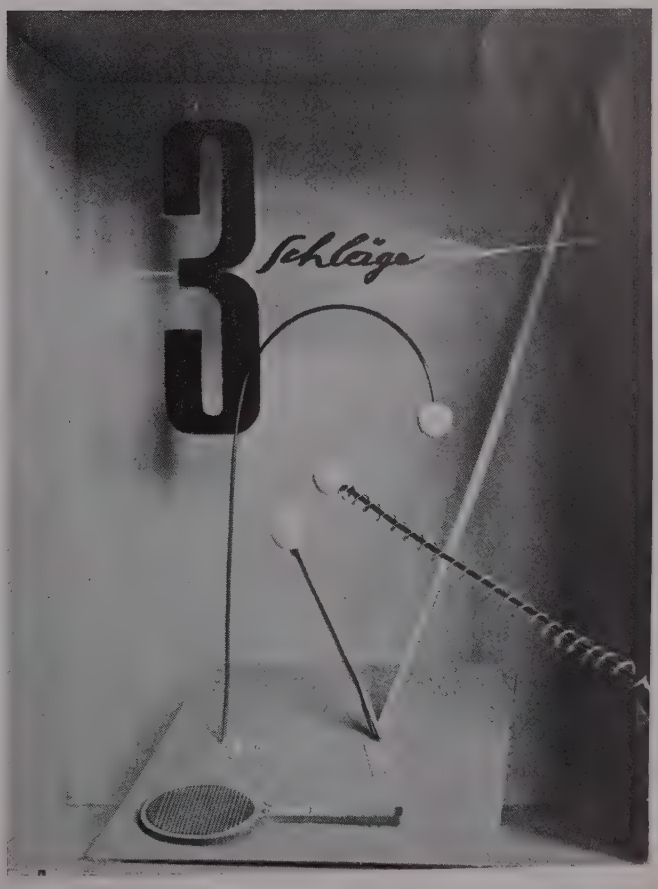
Poster be Herdeg et G. Aussey. Printed by Huber, Zurich.

1. — Stand de la laine. (Exposition de Bâle). (Photo De Jongh).

Wool stand at the Bâle exhibition.

3. — Dessins de Hans Fischer illustrant des numéros de la Revue de l'Office National Suisse du Tourisme.

Drawings by Hans Fischer to illustrate the review of the Swiss Bureau of National Tourism.



2. — Vitrine pour le tennis. La direction des trois balles figure les trois coups suivants : cut, drive et lob.

Show case devoted to tennis. The direction of the three balls represents the three following strokes : cut, drive and lob.

Maquette de présentation de Hans Fischer de l'industrie chimique du bois pour l'Exposition nationale suisse de 1939.

Hans Fischer. Presentation model of the wood chemical industry for the national Swiss Exhibition for 1939.

Affiche de Steiner-Heiniger pour un insecticide. Imprimée par Fretz à Zurich.

Poster by Steiner-Heiniger for an insecticide. Printed by Fretz in Zurich.

PUBLICITÉ DANOISE

DANISH ADVERTISING

Affiche de I. B. Andersen.
Cette affiche est conçue pour la campagne.

Poster by I. B. Andersen.
This poster is designed for the country.

Affiche d'Helge Refn.
(L'Éternit est un matériau de couverture).
Cette affiche est conçue pour la ville.

Poster by Helge Refn.
(Eternit is covering material).
This poster is designed for towns.

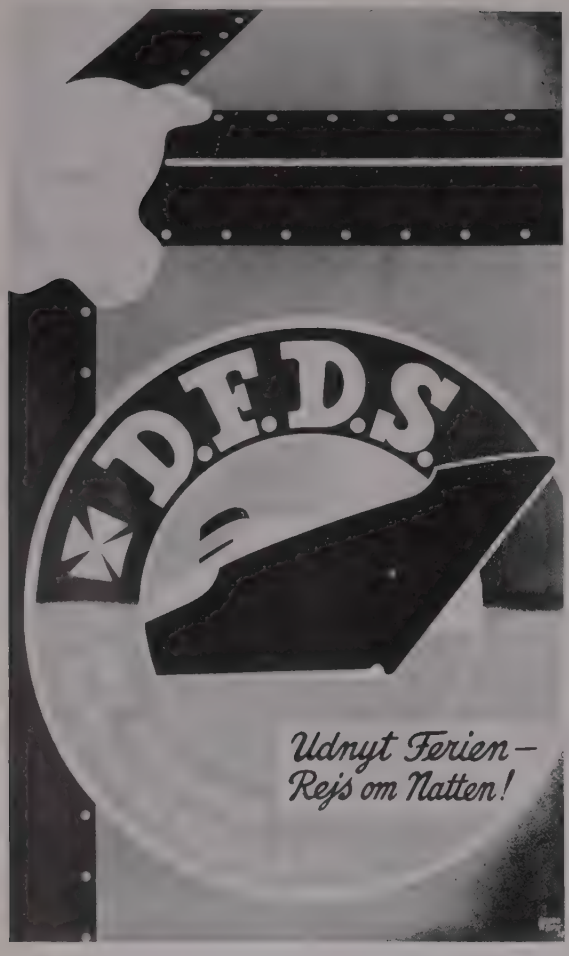
Affiche pour AFFICHES.

Poster for POSTERS.

Affiche de Helge Refn.

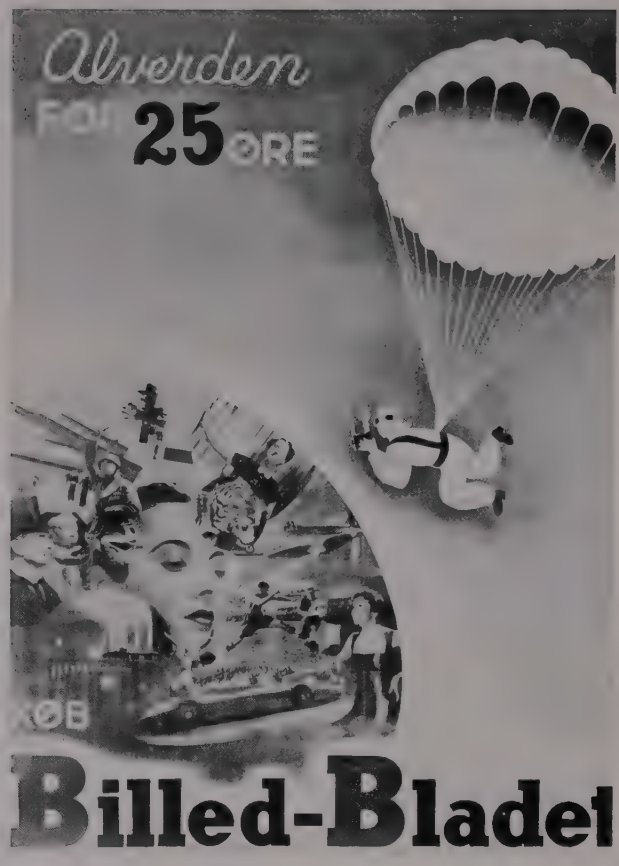
Poster by Helge Refn.

PUBLICITÉ DANOISE
DANISH ADVERTISING



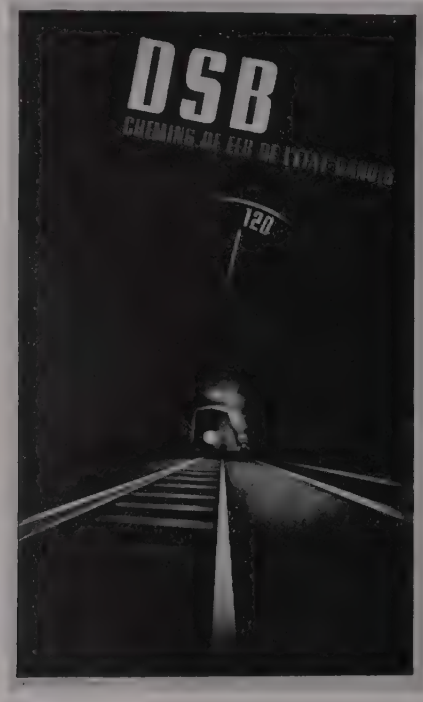
Affiche de Helge Refn pour une compagnie maritime. Imprimée par Winther et Winther (Danemark).

Poster by Helge Refn for a steamship company. Printed by Winther and Winther (Denmark).



Couverture de magazine illustré par Helge Refn.

Illustrated magazine cover by Helge Refn.

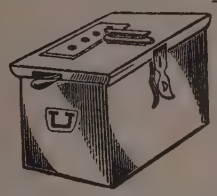


Affiche de Aage Rasmussen pour les Chemins de fer danois. Imprimée au Danemark par Andreasen et Lachmann.

Poster by Aage Rasmussen for the Danish railways. Printed in Denmark by Andreasen and Lachmann.

PUBLICITÉ INCONNUE

URNES ELECTORALES



L'URNE est en chêne naturel et verni à la « Cellulosine », préservatif efficace contre l'humidité. Il se fait deux modèles :

le 1er 42 × 36 × 33 c/m,
le 2e 53 × 50 × 46 c/m.

Toutes nos urnes ont un totalisateur à 4 chiffres et une sonnerie.

Le totalisateur, d'une simplicité extrême et d'une fabrication impeccable, vous donnera toute sécurité quand à la justesse du nombre indiqué. De plus, nous attirons particulièrement votre attention sur le fait que les chiffres de ce totalisateur sont *gravés* et non imprimés sur papier et collés, ce qui évite l'inconvénient de l'humidité qui décolle les chiffres et qui, au moment opportun, fausse toute l'action vérificative de ce compteur.

La remise à zéro se fait à l'intérieur, ce qui empêche toute fraude une fois *l'urne fermée*.

Vu la quantité à fabriquer, nous insistons pour que vous passiez au plus tôt vos commandes.

Nous sommes à votre disposition pour la fourniture des articles indiqués ci-dessous.

H. et R. CRUCHOT Fils et Cie *Mécaniciens graveurs brevetés S. G. D. G.*
S. A. R. L. Capital 400.000 francs.
MAGASIN DE VENTE : 54, rue Beaubourg, PARIS (3e)
(Tél. : Archives 32.82).
BUREAUX ET USINE : 35 *bis*, avenue Diderot, SAINT-MAUR (Seine)
(Tél. : Gravelle 02.92)
Timbres et Cachets à cire officiels. Cuivre et Caoutchouc. Dateurs. Numéroteurs. Perforeuses et tous les articles gravés.
Aucuns articles étrangers, tout fabriqué dans notre usine, sous la marque « Unis-France ».

Inconnue, elle ne l'est pas, à vrai dire, de tout le monde. Mais le grand public des quotidiens et des magazines à fort tirage l'ignore. Car la publicité dédaigne parfois les foules et ceci peut sembler en contradiction avec le caractère le plus apparemment essentiel de ses fonctions. Il existe ainsi une publicité de condition modeste, qui préfère les petites villes aux grandes et aux grands journaux les petits Bulletins, les organes de Groupements amicaux et corporatifs et les almanachs.

La liste de ces publications est d'ailleurs fort longue. Il y a *L'Agenda de poche à l'usage des secrétaires de mairie*, *Le Cri du Retraité* (titre mélancolique qui fait penser au « chant du cygne »), *La Défense des Commerçants du XIIIe*, *L'Ami des Concierges*, *L'Echo des guitounes*, *L'Escalier de service*, *Le Français moyen*, *Le Journal de la Société contre l'abus du tabac*, *La Locomotive*, *Le Piéton*, *Le Poilu de 2e classe*, *L'Avenir sténo-dactylographique*, *Le Prestidigitateur*, *Le Réveil des Locataires*, *La Mutualité combattante*, *La Voix des Receveurs des P. T. T.*, etc. Mais il n'y a pas de publics négligeables. Le tout est de savoir à qui l'on veut vendre. Et rien n'est plus logique que de trouver dans le *Bulletin de l'Association des anciens Etudiants de l'Ecole nationale d'Administration municipale* une annonce pour les urnes électorales. Car, vous l'ignoriez peut-être, il faut faire de la publicité pour développer la vente des urnes électorales. Celles de la Maison Cruchot Fils & Cie semblent devoir, si j'ose dire, remporter tous les suffrages. Elles sont « en chêne naturel verni à la cellulosine, préservatif efficace contre l'humidité » ; elles se font en deux modèles et sont toutes munies d'un totalisateur à sonnerie. « Vu la quantité à fabriquer, ajoute l'annonce, nous insistons pour que vous passiez au plus tôt vos commandes. »

Il est également très naturel que l'astucieux inventeur du bâton-de-chef-d'orchestre-porte-mines fasse de la publicité dans le journal *L'Instrumental*. Mais là où nous commençons d'être surpris, c'est devant une annonce préconisant l'emploi d'un « appareil scientifique d'un intérêt mondial », intitulé *Le Périodique* et donnant automatiquement aux femmes les dates

PARATONNERRES

Ans Mon BOIVIN
Fondée en 1863
P. HAEGEL, Succr
29, Rue du Moulin-Vert. PARIS
Téléphone : SÉGUR 72-45

Catalogue et devis adressés gratuitement sur demande à MM. les Architectes
Fournisseur des Ministères de la Guerre, de la Marine, des Travaux Publics, de l'Instruction Publique et des Beaux Arts, du Génie Militaire de l'Artillerie, de la Grande Chancellerie de la Légion d'Honneur, de l'Opéra, du Palais de Justice, de la Banque de France, de la Préfecture de la Seine, Assistance Publique et des Administration de l'Etat et de la Ville de Paris
35 Médailles - 3 Diplômes d'Honneur - Hors Concours

CHEFS DE MUSIQUE !...

Nous vous disons merci pour les nombreuses adresses que vous nous avez envoyées. Nous tenons à ce que vous possédiez tous notre Bâton de Chef " **GRAFFO** *". Aussi, afin de faire bénéficier les Retardataires des avantages de notre Annonce du mois de Juin, nous maintenons cette dernière pour le mois de Juillet.*

Un Bâton de Direction " GRAFFO "

Sera envoyé GRATUITEMENT et Franco à tous les Chefs de Musique qui nous feront parvenir, dans un délai d'un mois, **10 Noms de Sociétés** de leur région, avec le nom et l'adresse des Directeurs de ces Sociétés.

Dès réception de ces renseignements, le Bâton de Chef " GRAFFO " sera expédié par retour.

En dévissant le manche vous trouverez la réserve des mines.

Mine

Pendant les répétitions, s'il veut annoter sa partition, faire un signe qui lui rappellera une observation, apporter à telle ou telle partie, une correction, le Chef de Musique doit quitter son bâton de Direction et prendre un crayon placé sur le pupitre... Perte de temps inutile...

Avec le bâton de Chef " GRAFFO ", un simple renversement vous permet de noter toutes les remarques nécessaires.

ARTICLES de FÊTES

Illuminations - Echarpes pour maires - Tapis de Tables - Draps mortuaires - Palmes commémoratives - Insignes Bannières de Sociétés

MENDEZ-AUDOUIN

15, r. Gambey, Paris XI^{e}

Hotel Pension, Café billard à vendre pour cause de santé, 12 chambres meublées, eau, gaz, électr , chauff centr. Conviendrait à musicien sérieux. Pas d'intermédiaire. S'adresser, Mutti, Hotel Central, Tergnier (Aisne). (5)

TRÉSORS-SOURCES

LE RÉVÉLATEUR MAGNÉTIQUE SCHUMFELL, breveté S. G. D. G., merveilleux appareil qui permet de découvrir les richesses enfouies dans le sol : Sources et Nappes d'eau souterraines, Gisements de houille, Petrole, Minerais divers, Trésors perdus dans le sol ou dans les vieilles demeures, filons d'or, métaux precieux, etc., etc.

Brochure gratuite

LE PROGRÈS SCIENTIFIQUE

N° 46 — PONTCHARRA (Isère) - France

— Fabrique d'accordéon emploierait temps illimité personne connaissant la musique, ayant deux bras et jambe droite. Ecrire ou voir : Maugein frères, à Tulle (Corrèze). (4)

des périodes pendant lesquelles elles peuvent être fécondées, annonce insérée dans *Le Greffier municipal !* Mais peut-être n'est-ce là que le résultat d'une simple méprise sur le sens du mot « greffier »...

Connaissez-vous *L'Almanach Noir*, publication lyonnaise? La lecture de ses annonces est salutaire. On y trouve des spécialités pharmaceutiques d'une efficacité insoupçonnée. Par exemple, le Vertreil, vermifuge héroïque « agissant dans tous les cas. S'il n'agit pas contre les vers, à défaut de vers, il agit contre les nerfs ». Vous pouvez également user du Vertreil contre « les convulsions, les tics nerveux, les crises épileptiques, les cauchemars, l'anémie, l'entérite, l'appendicite, la péritonite, la fièvre typhoïde, les troubles digestifs et circulatoires, etc. ». Avec une louable modestie, l'annonce ajoute : « Il guérit souvent »... Il y a aussi l'Antisuce, « incomparable vernis amer pour les suceurs de doigts ». Recommandé aux vampires repentants... C'est encore dans *L'Almanach Noir* que les perdants de la Loterie nationale pourront trouver une merveilleuse compensation : « le Révélateur magnétique Schumfell » leur permettra de « découvrir les trésors ».

J'aime aussi passablement la lecture de *La Quincaillerie nouvelle.* C'est dans ce journal que je remarquai récemment une annonce, illustrée d'une figure de satyre jouant pastoralement de la flûte de pan. Le texte disait ceci : « Le Ça-Tire se pose immédiatement sur toutes les cuisinières ». Que mesdames les cuisinières se rassurent : il s'agit seulement d'un régulateur de combustion. C'est là une forme de l'esprit publicitaire qu'il n'est pas rare de rencontrer dans une certaine catégorie de journaux, au demeurant fort sérieux.

En lisant ainsi ces petites revues où règnent une sorte d'esprit de famille et un sens très développé de la solidarité corporative, on s'aperçoit que leur public est particulièrement cher au cœur entreprenant des inventeurs. C'est à ses rhumatismes qu'on offre « la chaleur magnétique et radioactive de la fourrure du chat sauvage » ; c'est à son adolescence qu'on voue le « Tricophile Persan qui fait pousser la barbe, même à seize ans » (« Tous sapeurs » ! s'écrie l'annonce dans un élan de générosité pileuse) ; c'est pour résoudre « les questions les plus délicates de son existence » qu'on lui propose « L'art de se faire aimer de sa belle-mère » ou « La manière d'embrasser les filles à leur entière

Coiffeurs, dès maintenant Travaillez Assis

LES ANNÉES PASSENT

LES DOULEURS VIENNENT

Vous pouvez éloigner ces dernières en faisant reposer vos membres plusieurs heures dans la journée, grâce au

SCIENTIFI'C SPÉCIAL

LE TABOURET CONÇU POUR LES BESOINS DE LA CAUSE

MESSIEURS, vous ne devez pas gaspiller inutilement vos forces vous avez à les employer ailleurs... SONGEZ vous êtes patrons et en avez les multiples responsabilités. Songez aussi que le rendement de votre personnel et le travail soigné, dépend du bien-être que vous lui donnerez pour travailler. Offrez-lui la machine essentielle, celle qui ménage les forces humaines.

LE SCIENTIFI'C SPÉCIAL

TRAVAILLEZ ET FAITES TRAVAILLER ASSIS

Le SCIENTIFI'C SPECIAL est léger, peu encombrant, pratiquement inusable et d'un prix sans concurrence, à avantages égaux.

Nos sièges pour enfants, sont uniques, ils ont des avantages très nets de fabrication, fonctionnement et de conception. Ils permettent notamment de mettre instantanément l'enfant à la hauteur voulue ; ce réglage s'effectue sur une très grande longueur de course encore jamais atteinte. On ne tourne pas le siège pour le faire monter ou descendre, mais une simple pression sur une pédale ou un levier.

Nos divers modèles « Baquets » et « Animaux » répondent à tous les désirs : LUXE, FAIBLE POIDS, BAS PRIX etc.

Dans les sièges Animaux, il faut remorquer notre cheval à yeux élairant *électriquement en tirant sur les guides (les yeux ainsi éclairés reflètent dans la glace).*

Nos modèles « Baquets et Chevaux » *sont indispensable pour moderniser un salon de coiffure sans l'encombrer.*

Tous les articles de notre fabrication sont vendus à CRÉDIT, à la demande du Client, soit en 6 ou 12 mois.

FABRICATION UNIQUE AU MONDE

Etablissements Veuve BOUCHARE Constructeurs

38, Rue Marcel-Sembat — MONTLUÇON (Allier) *R. C. Montluçon 7825*

satisfaction ». Désire-t-il grandir de 8 centimètres? Rien de plus facile, c'est « le dernier mot de la science » : Joaquin Lloris, successeur du professeur Albert, fait grandir qui veut de 8 centimètres. Veut-il gagner 500 francs par jour à la roulette? Le professeur Fouché, de Neuilly-sur-Seine, lui en enseignera le moyen en lui envoyant « discrètement » contre la modique somme de 400 francs, sa méthode *exclusive* : « Le Secret de mon Oncle ». Rêve-t-il de travailler tout en se reposant? Aucune difficulté sérieuse ne s'y oppose. Du moins la Veuve Bouchare, de Montluçon, animée de sentiments humanitaires à l'égard des garçons coiffeurs, a-t-elle réalisé exprès pour eux « la machine essentielle, celle qui ménage les forces humaines ». Lisez plutôt ce qui suit :

Coiffeurs, dès maintenant travaillez assis.
LES ANNÉES PASSENT
LES DOULEURS VIENNENT
Vous pouvez éloigner ces dernières en faisant reposer vos membres plusieurs heures dans la journée, grâce au
SCIENTIFI'C SPECIAL
le tabouret conçu pour les besoins de la cause. Messieurs, vous ne devez pas gaspiller inutilement vos forces, vous avez à les employer ailleurs, etc.

Évidemment, cette façon d'écrire *scientifi'c* peut paraître d'une perversité linguistique inquiétante. L'amour des apostrophes est assez répandu chez les anglomanes incurables. Mais qu'importe, si la fin ne justifie pas toujours les moyens, nous ne chicanerons pas pour si peu la Veuve Bouchare, qui a bien mérité de l'humanité laborieuse. Il est admis d'ailleurs que les annonceurs, tout comme les poètes, peuvent prendre avec la langue les libertés qui leur conviennent. Grâce à quoi nous avons pu lire cette petite affiche de propagande foraine :

MISS LUYTON
Recordmen de la mâchoire.

Il est vrai que c'est à Toulon que fut apposée cette affiche et les Toulonnais sont connus pour leurs idées publicitaires bien personnelles. C'est à Toulon qu'un magasin de fournitures pour l'électricité porte pour enseigne : « A l'Électrocuteur ». C'est également à Toulon que j'ai lu la formule de propagande la plus énigmatique. Elle était peinte en lettres blanches sur un mur bleu, à l'entrée d'une laiterie, et disait ceci : « Je m'en vais et je viens plus. C'est fini ». Intrigué, j'entrai dans la boutique et demandai à la marchande l'explication de ce texte. « Mais, Monsieur, me dit-elle, c'est pour notre réclame... » Je me tins pour satisfait. La publicité a des mystères qu'il ne faut pas approfondir.

C'est aussi pour son mystère que nous citerons la petite annonce suivante, parue dans *L'Instrumental* :

> Fabrique d'accordéon emploierait temps illimité personne connaissant la musique, ayant deux bras et jambe droite. Écrire ou voir : Mangein frères, à Tulle (Corrèze).

Mais s'il existe une publicité « populaire », comme il y a un art populaire, il faut faire une distinction entre les annonceurs ingénus et ceux dont l'apparente ingénuité cache une science commerciale très sûre. Car les annonces les plus insolites de ces petits journaux représentent parfois de très gros budgets. Et l'on sait que le comble de l'adresse est de savoir jouer au maladroit.

JEAN SELZ

Pour la première fois en foire

La FEMME BUSTE VIVANTE

La seule FEMME au MONDE qui ne possède ni jambes, ni sous-corps; seuls la tête, la poitrine et les bras - 35 centimètres de hauteur et court parmi le public sur ses mains.

Ce phénomène dépasse toutes les imaginations

UNE PRIME de 10.000 fr est offerte à toute personne qui pourrait prouver le contraire.

Vivante, pas d'illusion !

La Direction

Imprimerie M. GERMAIN, 2, rue Coëtlogon -

A PROPOS DU FILM PUBLICITAIRE

★ Dans le précédent ouvrage annuel de « Arts et Métiers Graphiques » où était dressé un bilan impartial et, disons-le, réconfortant de l'activité publicitaire française sous ses multiples aspects, il nous a été permis de rendre hommage à la conscience et au talent des techniciens du film de publicité.

★ A cet égard, les réalisations présentées au Palais de la Publicité en 1937, lors de l'Exposition des Arts et Techniques, ont constitué pour un grand nombre de spectateurs une véritable révélation.

★ Aujourd'hui, le film publicitaire a acquis enfin droit de cité. Très souvent il amuse et il plaît, il intéresse ou il instruit. Il lui arrive parfois d'émerveiller. Et il se développe, il prospère, il forme, en marge du programme des salles, à l'entr'acte, un extra, qui,

devant un public autrefois méprisant ou hostile, tient maintenant ces mêmes spectateurs en respect ou quelquefois en haleine.

★ Par un mariage heureux du son et de la couleur, le film publicitaire retrouve ainsi contact avec la grande famille des annonceurs et celle immense des spectateurs auditeurs. Il ne s'est pas fait sans peine, ce mariage, certes. Il a eu ses promoteurs, ses artisans, et parmi ceux qui ont longuement réfléchi à leur art et su résoudre avec tant d'élégance les délicats problèmes techniques qui se posaient, permettez-nous de citer celui qui, à notre avis, fait figure de chef d'école dont on a imité et dont on dépasse, parfois, rarement, les procédés, mais qui en France peut passer pour un initiateur : Alexeieff.

★ On lui doit d'admirables réussites. Elles en ont inspiré d'autres. Rien n'est plus profitable que l'émulation. Le film publicitaire, confiant en sa mission, s'installe, trouve la plus large audience, toute une clientèle. C'est plaisir de voir comme on rattrape le temps perdu. Dans l'âpre lutte engagée entre les différentes formes de publicité, le cinéma marque un point. Et parce que nous croyons qu'il a l'avenir pour lui, nous nous en réjouissons. Il est en somme le seul à agir simultanément sur les deux sens les plus attentifs de l'homme : la vue, l'ouïe. Dans le monde moderne, où plus rien n'est statique, le cinéma, né de l'image, offre un prodigieux kaléidoscope : daguerréotype, photo, photo en mouvement, muet, parlant, couleur, et demain, relief... en attendant la projection à domicile, grâce à la télévision.

★ Alors, publicitairement parlant, il sera imbattable. Il se prépare sans surprise à ce destin. Les récentes réalisations du film publicitaire autorisent d'ailleurs tous les espoirs.

R. CHALMANDRIER

DORLAND

«En définitive, l'équipe la plus homogène triomphe toujours.»

Je ne suis pas amateur de football, et cependant, l'autre dimanche, des amis m'ont entraîné au Parc des Princes où se pressait une foule impatiente : il s'agissait d'un grand match et ma foi, je ressentis quelque émotion quand fut sifflé le coup d'envoi. Pendant toute la première minute, je cherchai en vain à saisir le sens de cette mêlée confuse et multicolore. A la deuxième minute, pourtant, les règles du jeu me revinrent à l'esprit et me permirent de comprendre les évolutions du ballon. Soudain, à la troisième minute, je fus véritablement happé, emporté par l'enthousiasme communicatif des spectateurs. Dès la quatrième minute, je réagis exactement comme eux, aussi débordant dans la joie qu'acerbe dans la critique... A la mi-temps, je me ressaisis et m'appliquai à comprendre quelle était la psychologie de cette foule à laquelle j'appartenais intégralement. Comment réagissait-elle au spectacle et pourquoi réagissait-elle ainsi ?

Eh bien ! C'est aux manifestations de l'esprit d'équipe chez les joueurs que la foule est surtout sensible ; ce sont les passes savantes du demi-droit à l'avant centre, de l'avant centre à l'inter-droit qui soulèvent le plus d'admiration. Et cette foule inconsciente a raison, mille fois raison, car l'homogénéité d'un team est infiniment plus difficile à atteindre que la maîtrise individuelle. Je sais que le team ne vaut que par la valeur de ses composants, mais l'individu est presque impuissant s'il est privé de ses coéquipiers.

Le fonctionnement de Dorland est en bien des points comparable à celui de cette équipe de football, et la foule des spectateurs — qui, sortie du stade redevient la masse des acheteurs — offre à nos yeux un échantillonnage, une image en coupe de la mentalité publique. Les réflexes de cette foule sont les mêmes, qu'il s'agisse de ce spectacle ou d'un produit que la publicité lui propose. Le public tout-puissant accepte, rejette ou ignore un produit, suivant que l'action de la publicité a été incisive, superficielle ou inintéressante : aux hommes de métier d'éviter les errements !

Mais ceci m'entraîne plus loin dans mes réflexions ! Qui dit équipe, dit spécialisation. Nous avons chez Dorland poussé la spécialisation aussi loin que possible, et vous pourrez vous en rendre compte en examinant, quatre pages plus loin, le plan détaillé de notre organisation intérieure ; car nous ne vivons plus aux temps héroïques de la publicité, où un agent ou courtier jouait en quelque sorte un rôle d'homme-orchestre. La profession s'est développée, organisée, sectionnée, et les moyens de publicité se sont multipliés, si bien qu'actuellement l'étude de chaque branche peut à elle seule occuper toute une existence. Vous m'objecterez peut-être qu'une équipe peut être composée d'éléments intelligents et cependant former un tout amorphe, impersonnel ou hétéroclite. Certes, c'est très possible ; mais la valeur d'une équipe se juge à ses succès : Dorland, qui fut fondé aux États-Unis en 1883 et existe à Paris depuis plus de vingt ans, possède à son actif un nombre respectable de lancements de marques.

NICOLL. — 29, rue Tronchet, Paris (8e). Londres dicte la mode masculine... La qualité de la coupe anglaise est le thème de toute la campagne Nicoll, "Le Tailleur Anglais de Paris". Annonces dans les quotidiens de Paris et brochure destinée à la publicité directe.

MAÏZENA. - Société des Produits du Maïs, 29, rue de Berri, Paris (8e). Éducation du public, puis développement du « service » par l'offre de tous conseils culinaires ou ménagers, tels sont les thèmes qui, depuis 3 ans, ont servi de base à la publicité radiophonique de Maizena... et ont porté leurs fruits ! Annonces de « soutien » dans « Marie-Claire » et les principaux journaux de radio.

A la source de ces succès, il y a une « tournure d'esprit Dorland », d'où émane la *personnalité* de notre maison. Chacun de ses membres y est venu avec sa propre formation intellectuelle, ses points de vue particuliers, qui se sont rapidement harmonisés avec nos principes et nos méthodes, s'intégrant ainsi à une équipe souple mais homogène. Peut-être insinuerez-vous aussi que l'existence en équipe bride l'imagination, tue toute originalité. Non, car équipe n'est pas synonyme de régiment, et l'originalité de pensée ne peut que se développer et s'épanouir dans l'ambiance épicée de discussions constructives. Or, toutes les questions posées sont résolues en commun. C'est que, par expérience, nous ne croyons pas aux « miracles » en publicité, sachant que tout succès durable est le fruit d'études laborieuses, de raisonnements sains.

Quand nos collaborateurs abordent l'étude d'un problème de vente, ils bénéficient non seulement de l'abondante documentation que nous possédons sur le marché français, mais encore de la connaissance de tout ce qui se fait en pareille circonstance dans d'autres pays. Mais cela n'empêche pas d'innover ! Votre cas particulier appelle-t-il une enquête approfondie de telle catégorie de consommateurs ? S'agit-il de propagande verbale auprès de détaillants ? Ou bien désirez-vous expérimenter par la méthode des « tests » la valeur de persuasion de vos annonces, avant de vous lancer dans une campagne nationale ? Autant de questions, et bien d'autres, que Dorland peut résoudre pour vous, autant de services spécialisés, dont chacun est dirigé par un technicien éprouvé.

Votre activité doit-elle être orientée vers l'exportation ? Certes, la France en a besoin, mais très peu de fabricants français (trop peu, devrions-nous écrire) exploitent rationnellement les marchés étrangers. L'absence de renseignements précis, la crainte de l'aventure dans des pays aux pratiques commerciales différentes, sont en partie responsables de ce manque d'enthousiasme. Notre Service Étranger fut créé pour remédier à cette lacune, et actuellement il n'y a pas un seul marché de quelque importance où l'activité de Dorland ne se manifeste, grâce à son réseau de succursales ou d'agents. Ce service se tient constamment au courant des conditions douanières et économiques dans le monde entier; il peut étudier, dans un minimun de temps, les possibilités d'un marché, même très éloigné. Il permet enfin de centraliser le contrôle de campagnes de publicité menées simultanément en de nombreux pays, avec les mêmes garanties de service que s'il s'agissait d'une campagne en France. Notre Service Étranger rend quotidiennement, et depuis des années, de nombreux services aux exportateurs français. *Lucidor.*

Quel que soit votre problème de vente, utilisez l'expérience internationale de DORLAND.

65-67, Champs-Élysées, Paris (8e)
Tél. : Élysées 92-86 à 89, 92-76 et 77

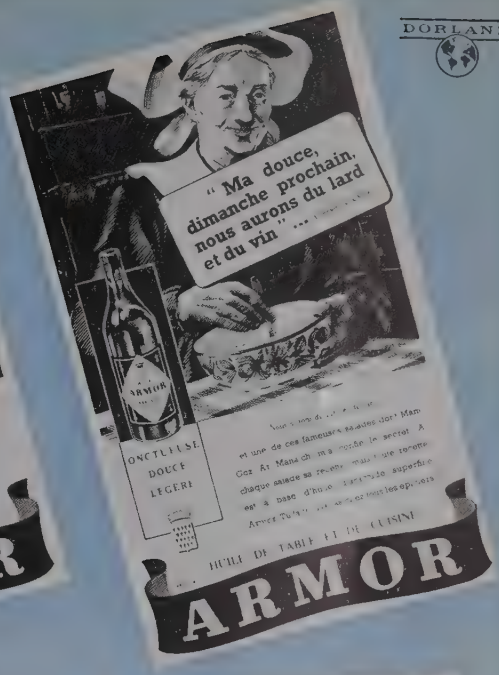
DORLAND International Inc.,
R. C. A. Building, Rockefeller Center, New York.

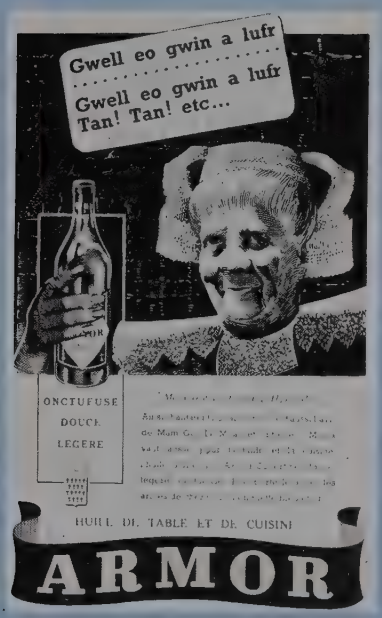
DORLAND, Kurfürstendamm 32, Berlin, W. 15.

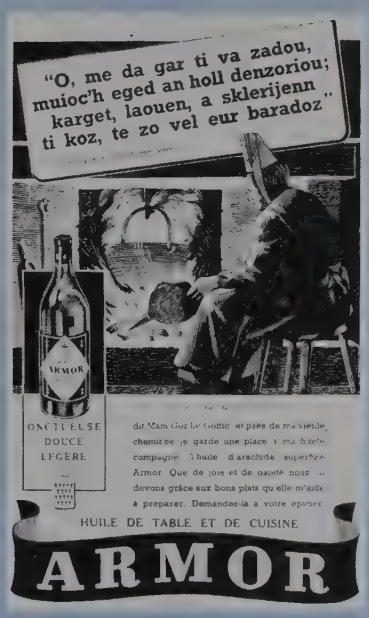
DORLAND Advertising Ltd.,
14, Regent Street, Londres S.W. 1.

... et 41 agences dans le monde entier.

P. S. *Des reproductions de campagnes récentes sont réunies à votre intention sur ces pages.*







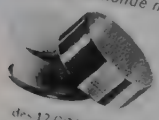
HUILE ARMOR. — Sociétés Huileries Luzzatti et Fermière Verminck Réunies, 37, rue La Boétie, Paris (8e). Voici un cas typique de campagne régionale utilisant les éléments de sympathie attachés au folklore de la Bretagne. Dans certaines annonces, une assiette est offerte en prime pour l'achat de deux bouteilles d'Huile Armor. En choisissant le style des illustrations, il a été tenu compte de la qualité souvent très médiocre des tirages des petits journaux régionaux. Un dépliant a été adressé à tous les détaillants bretons pour les inciter à augmenter leur stock d'Huile Armor; il leur conseille également de placer, bien en évidence dans leurs vitrines, le matériel d'étalage mis à leur disposition, matériel sur lequel est fixée l'assiette-prime.

DORLAND

moi!

j'emploie la poudre Gemey

...et tout le monde me complimente sur mon teint!



Pourquoi ne faites-vous pas comme moi? Je vous livre mon secret... profitez-en! Vous trouverez sûrement dans la gamme très variée des 12 COLORIS VIVANTS* de la poudre Gemey, le coloris que vous cherchez depuis toujours. Il révèlera l'éclat nacré de votre teint et vous verrez renaître sur votre visage cette fraîcheur irrésistible souvent plus séduisante qu'une parfaite régularité de traits.

Poudre Gemey

moi! j'emploie la poudre Gemey

...et tout le monde me complimente sur mon teint!

Pourquoi ne faites-vous pas comme moi? Vous trouverez sûrement dans la gamme des 12 COLORIS VIVANTS* de la Poudre Gemey le coloris que vous cherchez en vain...

Poudre Gemey

CRÉATION RICHARD HUDNUT

20 Rue de la Paix New York

CADEAU - VOTRE COIFFEUR ou VOTRE PARFUMEUR vous remettra gratuitement une échantillonnage. A défaut demandez-le à Richard Hudnut, 20, rue de la Paix, Paris, (pour la France et ses colonies), ou à Richard Hudnut, 53 rue du Poinçon Bruxelles (pour la Belgique) en vous recommandant du Petit Echo de la Mode.

Depuis que j'ai "découvert" la poudre Gemey

mon teint rayonne d'une vie nouvelle!

Toutes mes amies me complimentent depuis que j'ai "découvert" mon coloris parmi les 12 COLORIS VIVANTS* de la Poudre Gemey. Essayez et vous trouverez le votre.

Poudre Gemey

CRÉATION RICHARD HUDNUT

20 Rue de la Paix New York

CADEAU - VOTRE COIFFEUR ou VOTRE PARFUMEUR vous remettra gratuitement une échantillonnage. A défaut demandez-le à Richard Hudnut, 20, rue de la Paix, Paris, (pour la France et ses colonies), ou à Richard Hudnut, 53 rue du Poinçon Bruxelles (pour la Belgique) en vous recommandant du Petit Echo de la Mode.

Enfin! j'ai trouvé le coloris de poudre que je cherchais!

90 % des femmes sont mal poudrées parce qu'elles choisissent mal le coloris de leur poudre. Depuis que j'ai trouvé mon coloris parmi les 12 COLORIS VIVANTS* de la Poudre Gemey, mon teint rayonne d'une vie nouvelle!

Poudre Gemey

CRÉATION RICHARD HUDNUT

20 Rue de la Paix New York

CADEAU - VOTRE COIFFEUR ou VOTRE PARFUMEUR vous remettra gratuitement une échantillonnage. A défaut demandez-le à Richard Hudnut, 20, rue de la Paix, Paris, (pour la France et ses colonies), ou à Richard Hudnut, 53 rue du Poinçon Bruxelles (pour la Belgique) en vous recommandant du Petit Echo de la Mode.

Enfin! j'ai trouvé le coloris de poudre que je cherchais!

90 % des femmes sont mal poudrées parce qu'elles choisissent mal le coloris de leur poudre. Depuis que j'ai trouvé mon coloris parmi les 12 COLORIS VIVANTS* de la Poudre Gemey, mon teint rayonne d'une vie nouvelle!

Poudre Gemey

CRÉATION RICHARD HUDNUT

Paris New York

* Coloris créés, mêlés, adaptés suivant le procédé synthochrome, seul procédé permettant la fusion des colorations des différents coloris.

CADEAU

VOTRE COIFFEUR

ou

VOTRE PARFUMEUR

vous remettra gratuitement l'échantillonnage. A défaut demandez-le à Richard Hudnut, 20, rue de la Paix Paris en vous recommandant du Nouveau Journal.

Assurez la réussite de votre maquillage en employant Vanishing Cream Crème de jour Gemey et les fards synthochromes Gemey.

En vente dans les meilleures maisons et les grands magasins

Poudre Gemey

La poudre aux douze coloris "vivants", obtenus par le procédé synthochrome

CRÉATIONS RICHARD HUDNUT

VANISHING CREAM

CRÈME DE JOUR

Protège, nourrit, embellit l'épiderme et assure une parfaite adhérence de la poudre, sans jamais laisser de "pâtes".

Gemey

ROUGE A LÈVRES

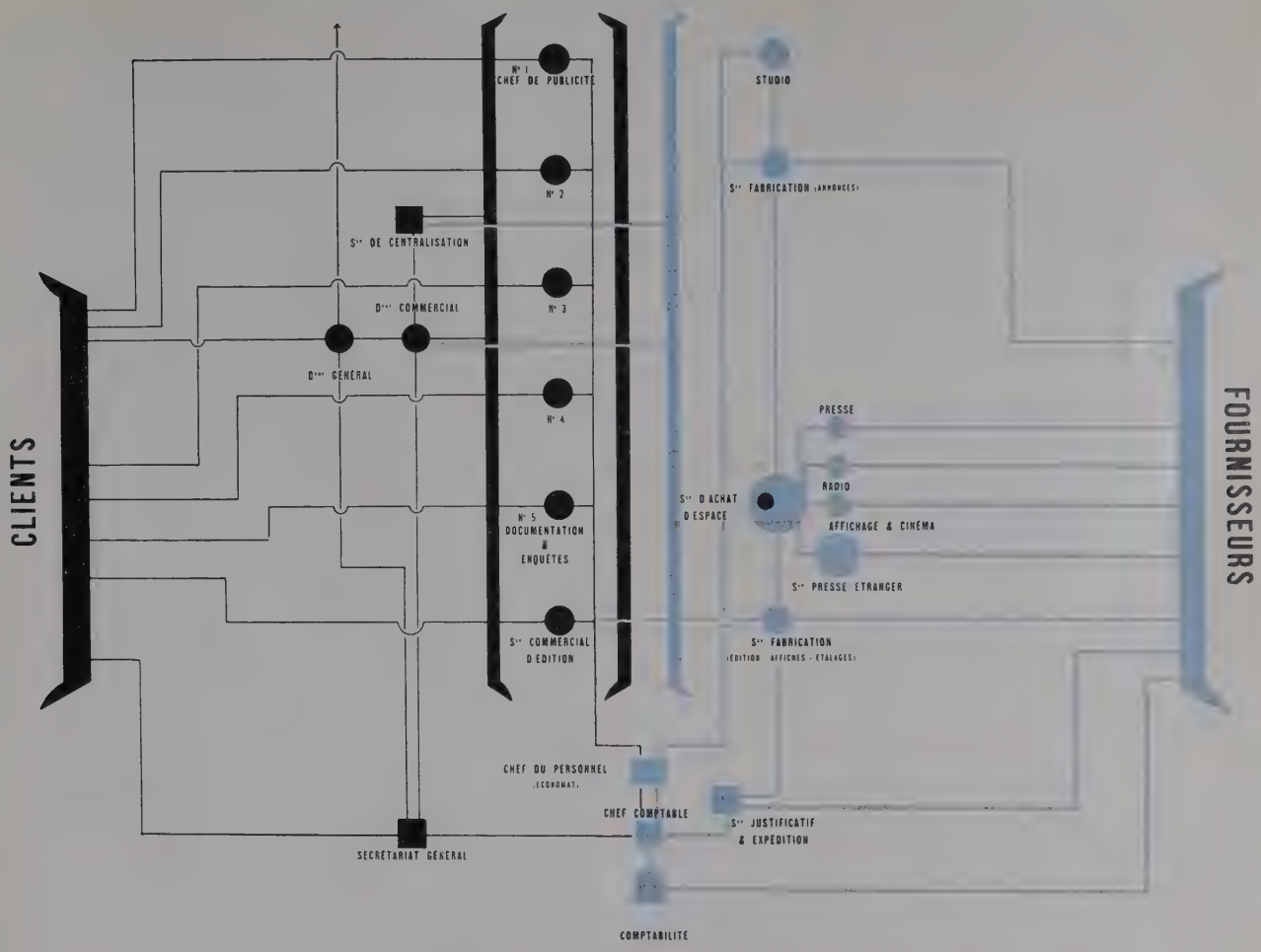
Existe en sept coloris "synthochromes" D'une adhérence parfaite, d'une innocuité absolue, il "ne vire pas" sur les lèvres.

Gemey

POUDRE GEMEY. — Parfums Richard Hudnut, 13, rue Pagès, Suresnes (Seine).

Avec chaque saison naît une nouvelle campagne... et chaque jour amène de nouveaux clients à Richard Hudnut. La dernière campagne, conçue dans un style très direct, presque «parlé», vante la supériorité des coloris de la Poudre Gemey. Annonces magazines, adaptées pour la presse régionale et les marchés étrangers. Le matériel d'étalage distribué sur place par un étalagiste des Parfums Richard Hudnut, a été édité spécialement pour soutenir les campagnes locales.

L'ORGANISATION INTÉRIEURE DE DORLAND



L'organisation de Dorland est divisée en deux parties nettement distinctes :

A. Les Services dits "**CLIENTS**", représentés *en noir* sur le schéma ;

B. Les Services dits "**FOURNISSEURS**", représentés *en bleu* sur le schéma.

Basé sur la spécialisation de tous les collaborateurs, le système de répartition du travail tend à donner à chacun le maximum de responsabilité.

A. SERVICES "CLIENTS" *(noir)* :

La dénomination Services " Clients " englobe l'ensemble des services et collaborateurs en rapports directs avec la clientèle. Celle-ci est répartie entre les Chefs de Publicité (nos 1, 2, 3, 4, 5) selon leur spécialisation. A l'intérieur de l'organisation, ils représentent les clients et sont chargés de leurs intérêts. Chaque Chef de Publicité constitue en quelque sorte, au sein de l'équipe, une agence autonome, ayant sa propre personnalité et sa spécialisation. Tous les Chefs de Publicité sont entièrement responsables des ordres qu'ils remettent aux Services " Fournisseurs " pour le compte de leurs clients.

Documentation et Enquête. — Les attributions du collaborateur désigné sous le numéro 5 consistent plus spécialement à réunir les statistiques intéressant la situation du marché en général et à centraliser les rapports avec les correspondants de province. Ce service permet de mener à bien toute étude du marché et enquête ou de résoudre tout problème nécessitant un contact direct avec une classe ou une catégorie déterminée de la population.

B. SERVICES "FOURNISSEURS" *(bleu)* :

En principe, les Services " Fournisseurs " ne doivent pas avoir de rapports directs avec les clients, ces rapports étant exclusivement réservés aux Services " Clients ".

Une importance particulière est accordée au Service d'Achat d'Espace, dont la mission la plus importante est d'assurer et de centraliser tous les rapports de l'Agence avec la Presse. Il incombe également à des subdivisions de ce Service de résoudre les problèmes d'affichage, de cinéma et de radio (enregistrement et diffusion). Une section étrangère dépend du Service d'Achat d'Espace, quoique possédant son personnel distinct. Son rôle consiste à négocier et à exécuter toutes campagnes de publicité destinées aux publications de l'étranger. Cette section sert d' " agent de liaison " entre Dorland Paris, ses succursales et ses correspondants.

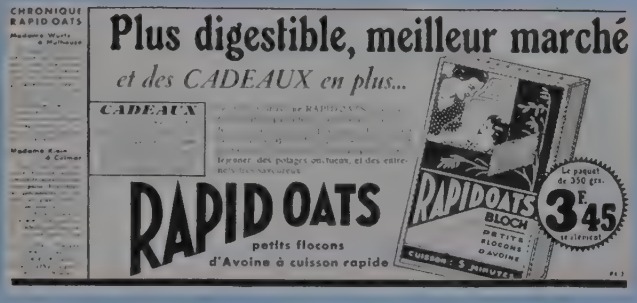
Le point noir ajouté au Service " Presse " indique que celui-ci est parfois en rapports directs avec des clients, dans les cas où la collaboration d'un Chef de Publicité n'est pas nécessaire.

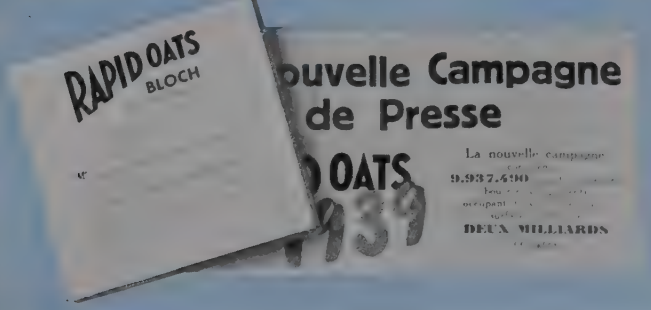
CENTRALISATION ET CONTRÔLE : Le Service de Centralisation est confié au Secrétariat de Direction. Il s'exerce simultanément sur les Services " Clients " et " Fournisseurs ".

Sur les Services " Clients ". — Tous les rapports avec la clientèle sont consignés sur des " fiches-visites ". Celles-ci sont centralisées journellement et ne sont classées qu'après exécution complète du travail mentionné.

Sur les Services " Fournisseurs ". — Tout travail entrepris pour l'un des Services " Clients " donne lieu à l'établissement d'un dossier unitaire, qui est enregistré. Ce dossier voyage de service en service, suivant le genre de travail demandé. Au moyen des " fiches-visites " le Service de Contrôle suit au jour le jour la progression de tous les dossiers, afin que les travaux soient livrés à la date indiquée par le service responsable.

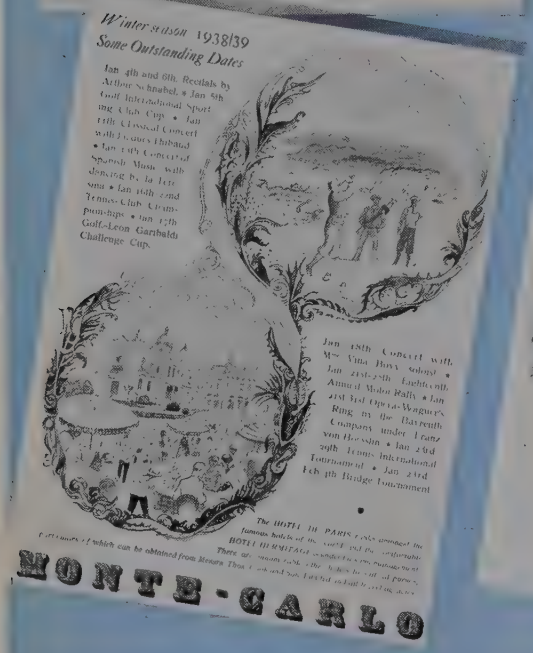
LAVABLAINE. — Société Fernal, Sainte-Marie-aux-Mines (Haut-Rhin). Lavablaine venait à peine de naître et ne possédait qu'un petit nombre de clients lorsqu'en 1936 un premier budget de publicité lui fut attribué. Bien modeste d'abord, ce budget a rapidement grossi devant les résultats obtenus. Aujourd'hui, ce tissu est distribué dans toute la France et jouit d'une grande vogue. En trois ans, Lavablaine s'est imposé sur le marché et commence à exporter.

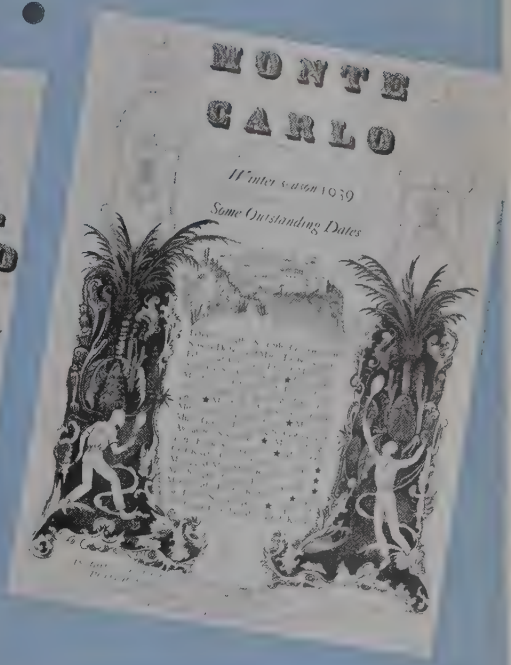


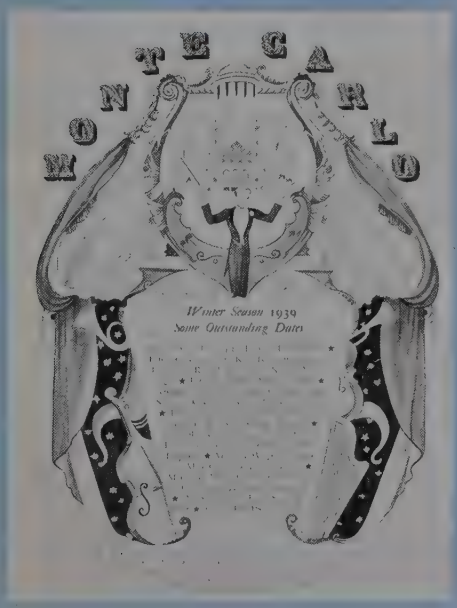


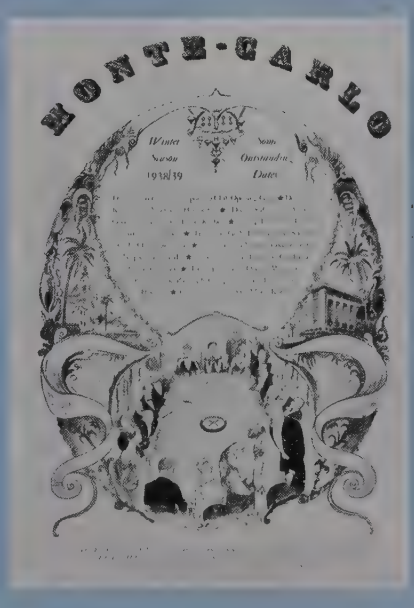
RAPIDOATS. — Établissements Auguste Bloch et Fils, Tomblaine, près Nancy (Meurthe-et-Moselle). Cette campagne pour Rapidoats, produit d'alimentation de grande consommation, est uniquement destinée à la presse régionale de l'Est de la France. L'intérêt rédactionnel est constamment renouvelé par l'adjonction à chaque annonce d'une colonne de chronique composée par le journal — en l'occurrence une recette pour l'emploi de Rapidoats ou une réponse à une lectrice.

MONTE-CARLO. — Société des Bains de Mer de Monte-Carlo, Monte-Carlo. Voici un exemple de la collaboration de Dorland sur le plan touristique. La publicité pour Monte-Carlo est un sujet qui permet à l'artiste de donner libre cours à sa fantaisie. Le but de cette importante campagne, destinée aux grands quotidiens et illustrés anglais, est en effet d'évoquer, de faire revivre l'atmosphère de luxe et d'insouciance qui caractérisa l'époque d'avant-guerre, et consacra le joyeux renom de Monte-Carlo dans le monde entier.









L'ÉDITION

Certains clients requièrent particulièrement la collaboration du Service d'Editions. En voici quelques exemples : la Société Anonyme de Gérance et d'Armement, qui publie régulièrement un house-organ : "S.A.G.A." ★ Le Comptoir Textile de Roubaix édite "Carabas", un album de tricot pour les laines du Chat Botté, qui paraît au printemps et à l'automne. ★ Les Tissus Tootal créent chaque année une brochure, offerte dans les annonces magazines, pour les "Robes et Ensembles Chesro". ★ Vingt week-ends, dont la distance ne dépasse pas 200 kilomètres autour de Paris, ont été étudiés et édités sous forme de brochure remise gratuitement par Shell aux automobilistes.

Crawford

67, Champs-Élysées
Paris-8e

Le 25ème anniversaire de l'Agence W. S. CRAWFORD Ltd. vient d'être célébré à Londres. Le fondateur, Sir William Crawford, qui, depuis un quart de siècle, préside toujours aux destinées de l'Agence, a rappelé avec émotion les débuts et le développement continuel de cette entreprise, la constante attention de son équipe. Il a présenté le bilan des succès commerciaux accumulés en Grande-Bretagne et sur le Continent, succès dont le mérite lui revient. Il y a environ 12 ans, Crawford ouvrit des Agences à Berlin, puis à Paris. Leur développement amena bientôt les dirigeants de Crawford et de Dorland à conjuguer leurs efforts dans ces deux pays. Ainsi, deux agences célèbres dans l'histoire de la publicité travaillent conjointement, chacune d'elles conservant intégralement sa personnalité propre, source même de sa renommée.

Voici d'ailleurs, parmi la clientèle de Crawford, quelques exemples de campagnes récentes.

★

KAYSER

Établissements Bakeser
42, rue d'Enghien, Paris (10e)

En 1928 Kayser était totalement inconnu du public français. Quelle est la femme qui, aujourd'hui, ignore ce nom ? Depuis dix ans Kayser a gagné et conservé la confiance et la sympathie du public par une publicité nette-

Crawford

ment différente de celle de la concurrence. La dernière campagne est basée sur la "garantie d'origine" des bas Kayser, origine américaine, bien entendu. Campagne de prestige et de confiance en la réelle valeur commerciale de cette marque. Annonces magazines adaptées pour la Suisse en langues française et allemande.

★

ENGLEBERT

Société Française
du Pneu Englebert
2, rue de Dreux, Paris (17e)

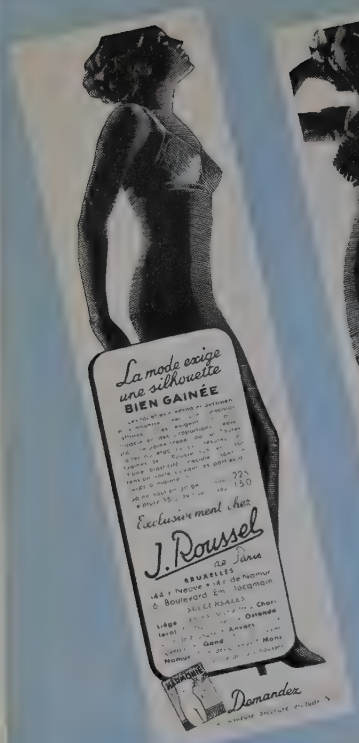
Depuis des années tous les fabricants de pneus s'efforcent sans cesse d'augmenter la sécurité sur route. Les laboratoires de la Société Englebert travaillent sans relâche dans ce but. Ceci explique la nécessité de créer constamment de nouveaux types de pneus. Les thèmes de la publicité doivent, par conséquent, être sans cesse renouvelés, la base restant cependant la même "sécurité"! Publicité directe à l'aide de plaquettes distribuées par l'intermédiaire des revendeurs, garagistes, etc. Publicité presse, dans les magazines. Édition d'un "house-organ" publié tous les deux mois, "Englebert Magazine", et adressé aux médecins, avocats, etc.

★

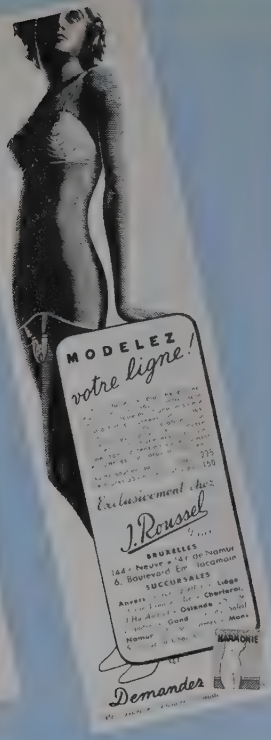
J. ROUSSEL

166, Bd Haussmann, Paris (8e)

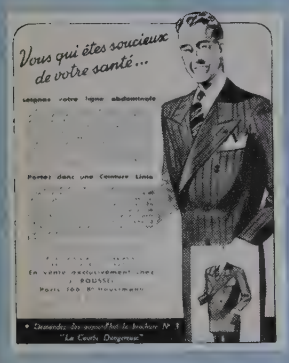
Problème particulier puisque J. Roussel ne vend que dans ses magasins ou par correspondance. Les annonces (magazines en France, quotidiens en Belgique) doivent répondre à ces deux besoins. Des résultats remarquables ont été obtenus en développant le thème général de l'"Harmonie des lignes" à l'aide de brochures de publicité directe, appuyées par un film en couleurs. L'esthétique masculine n'est pas négligeable non plus, mais les hommes ne semblent pas avoir compris qu'il était indispensable pour eux de lutter contre la ptose abdominale, présente ou à venir. Toute la campagne pour les gaines pour hommes "Linia", fabriquées par J. Roussel, est destinée à faire l'éducation du public; dans ce but, annonces et brochures traitent de "La Méthode Linia" dans un style assez médical.


La mode exige une silhouette BIEN GAINÉE
Exclusivement chez
J. Roussel
Demandez

BIEN GAINÉE
à toutes les heures du jour
Exclusivement chez
J. Roussel
Demandez


MODELEZ
votre ligne !
Exclusivement chez
J. Roussel
Demandez

Une silhouette jeune
J. Roussel


Vous qui êtes soucieux de votre santé...
Portez donc une Ceinture Linia

Vous qui êtes corpulents
songez à votre santé
Portez donc une Ceinture Linia
Exclusivement chez
J. Roussel
Paris, 166 Bd Haussmann

Vous qui êtes encore sveltes
prenez garde !
Short Linia
Exclusivement chez
J. Roussel
Paris, 166 Bd Haussmann

Votre gaine doit être faite pour vous
Exclusivement chez
J. Roussel
166, Bd Haussmann, Paris
Carnot 09-13

Pour l'auto, le Short Linia évite la fatigue
DÎNER et SOIR

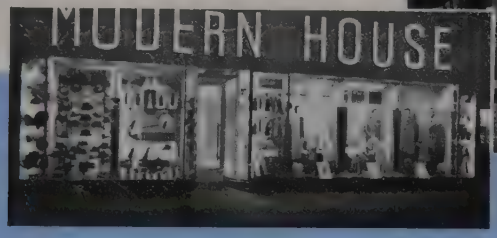
Crawford

La collaboration offerte

par une

Agence de Publicité bien organisée

est pratiquement illimitée



En voici un exemple précis :

Le Procédé « Trubénise » supprime entièrement l'amidonnage des cols de chemises et leur donne un aspect parfaitement net. La licence permettant d'appliquer le procédé (qui révolutionne les conceptions de fabrication précédemment admises) est concédée à un petit nombre de manufactures de chemises dans presque tous les pays, dont la France. La faible marge de bénéfice que Trubénise réalise sur les applications de son procédé ne lui permet pas d'entreprendre un effort de publicité massif auprès du public. En effet, l'idéal eût été que le public exigeât la griffe Trubénise sur chaque col. Cette solution n'étant pas réalisable, le problème fut pris par l'autre bout : ÉDUQUER LE DÉTAILLANT, le convaincre de la valeur du procédé, afin de s'en faire un ami, un agent de publicité verbale, lui donner l'impression qu'on l'aide et surtout obtenir qu'il prête temporairement son étalage.

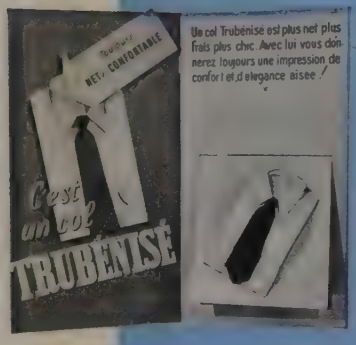
Voici, brièvement exposés, les moyens employés pour arriver à ces fins :

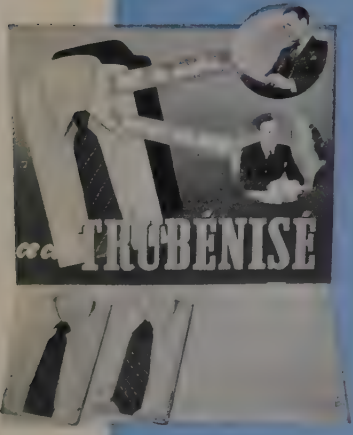
1. Un concours uniquement réservé aux chemisiers et à leur personnel. (Il s'agissait de numéroter, par ordre d'importance, un certain nombre d'arguments de vente en faveur du procédé, obligeant ainsi les détaillants et leurs vendeurs à lire et à assimiler ces arguments.) Le concours fut diffusé par publicité directe de même que par la revue *Adam-Chemisier.*

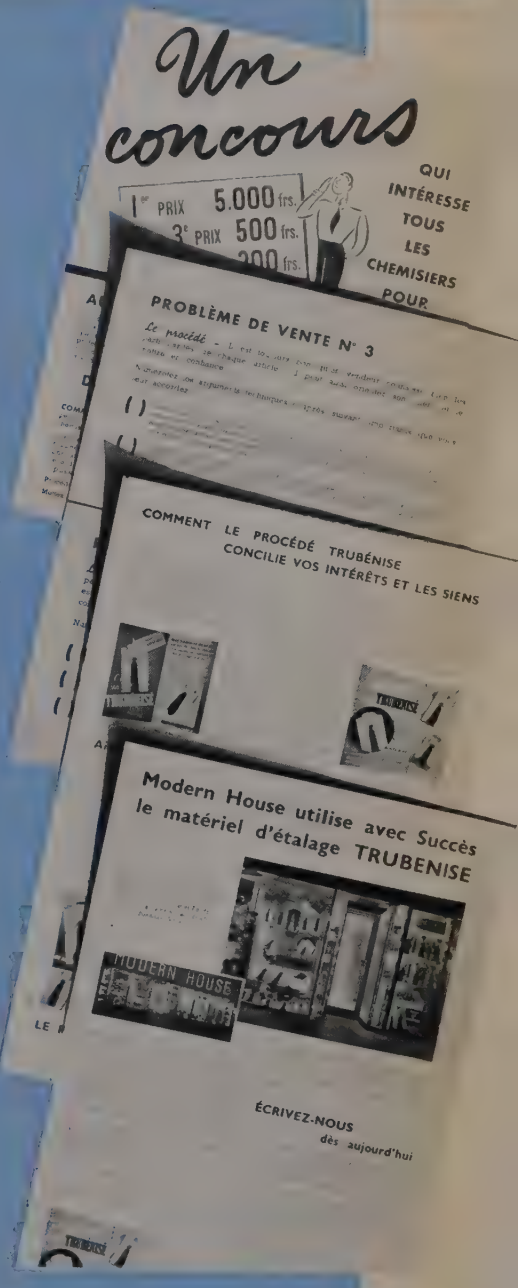
2. Création d'une série de cinq types de grands étalages en bois, de toutes dimensions, convenant à toutes les formes de vitrines et extrêmement maniables. Ces étalages sont entourés de matériel en carton et papier d'un prix de revient inférieur (pancartes, affichettes, etc.). Chaque étalage séjourne environ quinze jours dans la même vitrine, puis est déplacé par nos soins. Son état de conservation et de propreté est régulièrement vérifié.

3. Une revue technique, *Adam-Chemisier,* est utilisée chaque mois et attire l'attention du détaillant sur l'attrait du matériel et, bien entendu, sur les avantages du procédé.

4. Recrutement d'inspecteurs visitant constamment les détaillants. L'inspecteur ne vend rien. Il doit simplement expliquer les avantages du procédé et convaincre le détaillant de donner la préférence aux fabricants qui l'appliquent. Il doit aussi leur faire admettre d'utiliser les panneaux publicitaires de grandes dimensions, en fixant le type et la date. Il dépose également de la publicité directe sur les comptoirs. L'inspecteur établit un rapport de chaque visite.







TRUBENISING PROCESS CORPORATION, Fairfax House, High Holborn, Londres, W.C.I.

TABLE

DES

HORS-TEXTE

POUR CONSULTER CETTE TABLE, DÉPLIER COMPLÈTEMENT LES VOLETS EN DEHORS DE L'OUVRAGE
TO CONSULT THIS TABLE, UNFOLD THE SECTIONS COMPLETELY BY PULLING THEM OUT OF THE WORK

TABLE

OF

PLATES

TABLE DES HORS-TEXTE

1. Planche imprimée en Grande-Bretagne par H. J. Pillans et Wilson, Edimbourg. Clichés H. G. Seaborne et Cº, Ltd, Londres.

2. Brochure réalisée par les Éditions G. L. M. pour les restaurants « A l'Écu de France » de Paris et de Londres.
« Armoire Frigorifique », dépliant sur la réfrigération domestique édité pour la C. P. D. E. par L'OCEL, Paris.

3. Dépliant édité pour le Comité de Propagande du Lait (Les Créations Graphiques, Paris).

4. Encart réalisé par l'Office de Publicité générale, Paris pour Saint-Raphaël Quinquina (Papier de la Maison Grillet & Féau).

5. Couverture d'une plaquette éditée pour l'Office de Documentation des Oxydes de Plomb, par les Éditions Paul-Martial, Paris.

6. « Deux Yeux », brochure sur l'éclairage, éditée par l'Agence Française de Propagande, couverture de Jean Colin, pour la C. P. D. E.

7. « Obésité », encart édité pour les Laboratoires Drouet & Plet, à Rueil-Malmaison, par R. Condom, Paris.

8. Encart édité par Parvillée pour les Laboratoires Crinex-Uve.

9. Encart de la Société d'Études et de Publicité, destiné à la revue « Synthèse », Paris, pour les Laboratoires Galbrun, Saint-Mandé.

10. Annonce de Derouet Lesacq pour la « Boldoflorine », reproduite en page IV de la couverture du magazine « Confidences ».

11. Encart « Grandes Recettes du Pays de France », édité par les Laboratoires G. Reaubourg & Cie.

12. Spécimen d'une série de plaquettes éditées par Draeger Frères pour « Jones », Paris.

13. Quatre exemples de publicité en deux couleurs dans les journaux quotidiens (Services de Publicité de l'Oréal, Paris).

14. Encart de Garetto destiné à la Revue « Votre Beauté » (Publicité de l'Oréal, Paris).

15. Couverture d'un catalogue des Magasins « Aux Trois Quartiers ».

16. Dépliant édité pour la Maison de couture Chanel.

17. Couverture du catalogue de la LXXIe Exposition de Blanc des Magasins du Printemps.

18. Couverture d'un catalogue des Galeries Lafayette, exécutée par Vertès. Makowsky, imprimeur.

19. Couverture de Kisling, imprimée par Draeger, pour un catalogue des Magasins du Printemps, Paris.

20. « Jouets 1938 », couverture du catalogue des Magasins du Printemps, imprimée par Buttner-Thierry.

21. Étiquette pour boîte de balles à lancer Hutchinson, dessinée par Roullier-Lesourt (Atelier Le But), imprimée par Maus, Delhalle et Urban.

22. Couverture d'un catalogue de la Maison Hutchinson, dessinée par Roullier-Lesourt (Atelier Le But) et imprimée par Crémieu.

23. Réduction d'une page André Baumann parue dans les journaux quotidiens de Paris pour Noël-Jour de l'An. Publicité conçue et réalisée par Jacques Nahmias. Photo Sougez. Cliché Laureys Frères. Impression L. de Matteis.

24. Couverture du Catalogue Vilmorin-Andrieux, imprimée par Draeger (Plasal, éditeur, Paris).

25. Couverture du répertoire général des Disques Columbia, La Voix de son Maître et Pathé, éditée par la I. M. E. P. M. pour son usage personnel (chef de publicité J. Hemon). Maquette de Marcel Arthaud. Papier Bristol, jet, lisse 56 × 76 de 65 kilos des Papeteries Aussedat. Mise sur pierre de Raymond Faye. Tirage lithographique R. Nabeyrat. Pochoir Vairel Père. Tirage typographique Société Moderne d'Impression.

26. Quatre pages de présentation de publicité de vedettes. Mise en page de Marcel Arthaud. Édité par la I. M. E. P. M. (chef de publicité J. Hemon).

27. Affiche de René Ravo, éditée par la I. M. E. P. M. pour son usage personnel (chef de publicité J. Hemon). Clichés : les Fils de Victor Michel.

28. Affiche de Paul Colin, éditée par la I. M. E. P. M. pour son usage personnel (chef de publicité J. Hemon). Clichés : les Fils de Victor Michel.

29. Dépliant édité par les services de publicité d'Universal Films S. A.

30. Dépliant édité pour la cigarette américaine Philip Morris (agent H. Chevrier).

31. Dépliant touristique « Jura, Franche-Comté », édité par la S. N. C. F.

32. Dépliant touristique édité pour le Centre de Propagande et d'Information des Hôtels, par la Photolith L. Delaporte.

33. Dépliant « Monte-Carlo Hiver », édité pour le Centre de Propagande et d'Information des Hôtels, par la Photolith L. Delaporte.

34. Couverture d'un numéro de la Revue « En Route », organe de la Production française Automobile.

35. Affiche, composition de Fix Masseau pour la Société Anonyme des Huiles Renault.

36. Reproduction d'une affiche éditée par la Société France-Propagande pour la campagne menée en faveur de la Construction Automobile française.

37. Couverture de « Marie-Claire ». Directeur artistique et technique H.-C. Giron. Photo de Saad. Couleurs de Montebello.

38, 39, 40. Trois spécimens d'annonces exécutées par R. de Montebello pour la publicité de la « Jouvence de l'Abbé Soury » dans le magazine « Marie-Claire ».

41, 42, 43, 44, 45. Cinq types divers de publicité dans le magazine « Marie-Claire ».

46, 47. Deux couvertures de H. Jonquières pour les Éditions Denoël.
Au recto : tirage par l'imprimerie Larrive, sur offset-photo Navarre.
Au verso : tirage par Grou-Radenez, sur photo blanc 1/2 grain Navarre.

43. Affiche d'intérieur de R. Parry pour « Caroline », roman de F. de Chazournes (Éditions de la N. R. F.).

49. Couverture d'un numéro du magazine « Confidences ».

TABLE OF PLATES

1. Plate Printed in Great Britain by M. H. J. Pillans and Wilson of Edinburgh from half tone blocks supplied by H. C. Seaborne and C°, Ltd, London.

2. Brochure produced by the Editions G. L. M. for the " A l'Écu de France " restaurants in Paris and London.

" Refrigerators ", a folder on refrigerators in the home, produced by L'OCEL for the Compagnie Parisienne de Distribution d'Électricité.

3. Folder for the Milk Propaganda Committee (Les Créations Graphiques, Paris).

4. Inset produced by the Office de Publicité Générale, Paris, for Saint-Raphaël Quinquina (paper supplied by Maison Grillet & Féau).

5. Cover of a leaflet published by Paul-Martial, Paris, for the Lead Oxides Investigation Bureau.

6. " Two Eyes ", a brochure on lighting produced by the Agence Française de Propagande for the Compagnie Parisienne de Distribution d'Électricité.

7. " Obesity ", inset published by R. Condom, Paris, for the Drouet & Plet Laboratories, Rueil-Malmaison.

8. Inset published by Parvillée for the Crinex-Uve Laboratories.

9. Inset for the Galbrun Laboratories, Saint-Mandé, for insertion in the review " Synthèse ", produced by the Société d'Études et de Publicité.

10. Advertisement by Derouet Lesacq for " Boldoflorine " herb-tea, reproduced on page IV of the cover of the magazine " Confidences ".

11. " Great Recipes of France ", inset published by the G. Reaubourg & C° Laboratories.

12. Specimen of a set of leaflets published by Draeger Frères for the " Jones " stores of Paris.

13. Four specimens of two-colour advertisements in the daily press (Oréal advertising service, Paris).

14. Inset by Garetto for the review " Votre Beauté ". (Oréal advertising service, Paris).

15. Cover of a catalogue of the " Aux Trois Quartiers " stores.

16. Folder produced for the couturier Chanel.

17. Cover of the catalogue of the 71st White Sale at the Magasins du Printemps.

18. Cover of a catalogue for the Galeries Lafayette by Vertès. Printed by Makowsky.

19. Cover by Kisling, printed by Draeger, for a catalogue of the Magasins du Printemps, Paris.

20. " Toys 1938 ", cover of a Magasins du Printemps catalogue printed by Buttner-Thierry.

21. Label for a box of Hutchinson balls, designed by Roullier-Lesourt (Atelier Le But) and printed by Maus, Delhalle and Urban.

22. Cover of a catalogue for the firm of Hutchinson, designed by Roullier-Lesourt (Atelier Le But) and printed by Crémieu.

23. Reduction of a page by André Baumann, inserted in the Paris daily press on Christmas Day and New Year's Day Planned and produced by Jacques Nahmias. Photo by Sougez. Cliché by Laureys Frères. Printed by L. de Matteis.

24. Cover of the Vilmorin-Andrieux seedsman's catalogue, printed by Draeger (published by Plasal, Paris).

25. Cover of the general list of Columbia, His Master's Voice and Pathé gramophone records, published by the Pathé-Marconi Electric and Musical Industries Company for their own use (advertising manager, J. Hemon). Layout by Marcel Arthaud, on Bristol paper manufactured by the Papeteries Aussedat. Transferred on to stone by Raymond Faye. Lithographic printing by R. Nabeyrat. Stencil by Vairel Père. Type printed by the Société Moderne d'Impression.

26. Four advertisement pages. Layout by Marcel Arthaud. Published by the Pathé-Marconi Electric and Musical Industries Company (advertising manager, J. Hemon).

27. Poster by René Ravo published by the Pathé-Marconi Electric and Musical Industries Company for their own use (advertising manager, J. Hemon).

28. Poster by Paul Colin published by the Pathé-Marconi Electric and Musical Industries Company for their own use (advertising manager, J. Hemon).

29. Folder published by the advertising service of Unjerversal Films.

30. Folder for Philip Morris American cigarettes (H. Chevrier, agent).

31. Tourist folder, " Jura, Franche-Comté ", published by the French National Railways.

32. Tourist folder produced by Photolith L. Delaporte for the Hotel Enquiry and Propaganda office.

33. " Monte-Carlo in winter ", folder produced by Photolith L. Delaporte for the Hotel Enquiry and Propaganda office.

34. Cover of a number of the review " En Route ", official organ of the French motor trade.

35. Poster composed by Fix Masseau for the Renault Oil Company.

36. Reproduction of a poster produced by the Société France-Propagande, for the campaign on behalf of French motor-car manufacturers.

37. Cover of " Marie Claire ". Artistic and technical director, H.-C. Giron. Photograph Saad. Colour-process Montebello.

38, 39, 40. Three specimens of advertisements executed by R. de Montebello, advertising the " Jouvence de l'Abbé Soury " tonic in the magazine " Marie-Claire ".

41, 42, 43, 44, 45. Various advertisements in the magazine " Marie Claire ".

46, 47. Two covers by H. Jonquières for the Éditions Denoël.

On the front : printed by Larrive. Paper : offset-photo Navarre.

On the back : printed by Grou-Radenez. Paper : photo blanc 1/2 grain Navarre.

48. Indoor poster by R. Parry for " Caroline ", a novel by F. de Chazournes (Éditions de la Nouvelle Revue Française).

49. Cover of a number of the magazine " Confidences ".

Lerchenthal-Hamann, London

Printed in Scotland.

WINE
FERMÉ
LE
LUNDI
RETOUR DE WEEK-END ?
QU'IMPORTE !...

LE LAIT
LA SANTE
DANS VOTRE FOYER

C'est sous le Roi Soleil
que fut conclu le mariage idéal
du quinquina et de la vigne...
...qui devait donner naissance
aux incomparables jumeaux
de "L'Apéritif de France"
St. RAPHAËL
QUINQUINA

PROTECTION DU
FER ET DE L'ACIER
PAR LE
MINIUM
DE PLOMB

Obésité

28
FIXE UN JOUR FIXE

Comme des tresses d'or, sur le dos blond des grèves,
Roulent les goémons, cheveux errants des mers...

Anatole LE BRAZ

L'IODE

GOUACHE DE MARYVONNE MÉHEUT

Imp. CRÉTÉ. — CORBEIL. *Le Gérant :* B. DABLANC. Imprimé en France GEORGES LANG, Imp., PARIS.

Franche Comté
Chatillon
Luxeuil
Passavant
Lure
Vesoul
Rup
Rey
Saone R.
Mont Jeutin
Isle
Monby
Montboson
Mandeu
St Loup
Bevoie
Neuchatel
Gray
Gy
Ougnon
St Hypolite
Pesme
BESANÇON
Beroie
Meiche
FRANCHE COMTE
Rochefort
Doux R.
Ornans
St Julien
Quingey
Villaflans
Dole
la Lou R.
Cleron
Mortau
Douz R.
Louve R.
Montbenoit
Chaussin
Salins
Pontarlier
Arbois
Arlet
Poligny
Rochejean
Noseroi
Baume R.
Ain
Monsaugeon
Lons le Saunier
Orgelet
Clerval
Mt Jura
Amoir
Arint
St Julien
St Claude
AVOINE
m. Bouchaud

THE DAILY MAIL Thursday March 17 1938

BOOKS OF TO-DAY
REVIEWED BY DOUGLAS WEST
TO-DAY

Daily Mail

FOR KING AND EMPIRE

LONDON. MANCHESTER. PARIS. NO. 13,071. THURSDAY, MARCH 17, 1938. ONE PENNY POSTAGE to U.K., Canada and Newfoundland ... ½ Other Places Abroad ½

PREMIER'S "KEEP OUT"

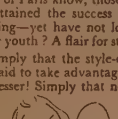
BROADCASTING P. 17
WEATHER CLOUDY. P 13

FROM L'ORÉAL OF PARIS + THIS EXCLUSIVE FRENCH HAIR TINT COMES TO YOU

IS Grey Hair ROBBING YOU OF YOUR YOUTH?

Bring back the glorious **natural** *colour of your hair + + maintain its youthful beauty untouched by the passing of the years with this hair tint made in* **PERFECTLY NATURAL SHADES** + + *Even if your hair is a most unusual colour it can be matched exactly*

HOW IS IT that stylish Continental women retain their youthfulness and charm throughout maturity? What feminine secrets do the Society and Fashion leaders of Paris know; those striking personalities who have attained the success and poise that only years can bring—yet have not lost the vivid attractiveness of their youth? A flair for style alone cannot explain it. It is simply that the style-conscious Frenchwoman is not afraid to take advantage of the art and skill of her Hairdresser! Simply that no Continental woman will tolerate grey hairs—those merciless robbers of a woman's youth!

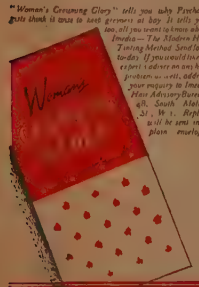


Watch for the grey hairs that creep in above your ears Spring Sunshine will show them up!

ARE YOU letting Grey Hairs mar the youthful beauty and attractiveness of your hair? Surely you will not let old fashioned prejudice stand in *your* way! Surely it is only *sensible* to protect your hair against the injustice of time.

The same Hair Tinting method used for years in the most exclusive Hairdressing Salons of Paris, Vienna, Berlin, Budapest . . . accepted even by Continental Royalty . . . can be used by *your* Hairdresser to-day! Imedia—This Modern Hair Tinting Method with a European reputation—can help you to enjoy the contented summer of your life. *You* can be happy in the confident knowledge that no tell-tale greyness is ageing you beyond your years!

SEND FOR BOOKLET



"Woman's Crowning Glory" tells you why Psychologists think it wise to wear garments as hay. It tells you, too, all you want to know about Imedia—The Modern Hair Tinting Method. Send for it to-day. If you would like an expert adviser on any hair problem as well, address your enquiry to Imedia Hair Advisory Bureau, 48, South Molton Street, W 1. Replies will be sent in a plain envelope.

★ COUPON ★

To L'Oréal Salons (C. Nestlé & Co., Ltd.) 48 South Molton Street, London, W.1. Please send me "Woman's Crowning Glory".

Name .....

Address .....

(TOWN) .....

Dept. D.G.M. (BLOCK LETTERS) Use 1d. stamp if posted in unsealed envelope

30 YEARS OF RESEARCH

Imedia is the product of 30 years research by eminent Scientists, Chemists and Doctors in the famous L'Oréal Hair Culture Laboratories in Paris. After thirty years of patient experimenting a range of 20 perfectly natural shades has been evolved.

Thousands of tests had to be made before these exact tints were selected. Now years of practical experience have proved that the Imedia range covers every possible hair tinting problem. And so skilfully can Imedia be applied that no one, not even the most familiar eye, can detect that your hair has been touched. Imedia has nothing in common with old fashioned tinting methods—there is nothing unpleasant or messy about an Imedia treatment. Imedia is a *scientific coloration process*. It introduces an almost *natural pigment* after a few minutes application that leaves the hair soft, supple, easy to dress and to wave. Directly after Imedia treatment you can, if you like, have an ordinary *permanent* wave. And no matter how rare the tone of your hair—it can be matched exactly by carefully blending the correct Imedia Shades.

Watch for the tell-tale grey hairs that appear at the temples. Spring Sunshine will show them up!

A WORD OF WARNING. *Before any tint is used on your hair a test should be made. Do not try to experiment yourself—consult your Hairdresser. Hair tinting is an art and many years experience has made your Hairdresser a master of it. Every good Hairdresser knows just how to get the best results with Imedia—and every Hairdresser will tell you that no better Hair Tint exists.*

Watch for grey hairs that often grow out at the crown of your head. Spring Sunshine will show them up!

Send Postcard or Coupon for booklet "Woman's Crowning Glory" . . . it tells you all you want to know about the Imedia method . . . tells you why it is your duty to protect your hair, your crowning glory, against the onset of greynes.

DO YOU WANT ADVICE ABOUT YOUR HAIR? If you have any hair problem on which you would like expert advice, write to The Imedia Hair Advisory Bureau, 48, South Molton Street, W 1, where our Hair Culture experts with a European reputation will be glad to advise you personally, without, of course, any obligation on your part

ASK YOUR HAIRDRESSER FOR

★ IMEDIA ★

★ THE MODERN HAIR TINTING METHOD ★

ENQUIRIES TO L'ORÉAL HOUSE (C. NESTLÉ & CO. LTD.), 48 SOUTH MOLTON STREET, LONDON, W.1

Arthur J. Dixon Ltd.

Campagne Imédia dans le Daily Mail : 1ère page, entière.

La grande fête

de plein air offerte par "Paris-soir" aux enfants de Paris et la banlieue

MARIE DUBAS
LES FRATELLINI
LADOUMÈGUE
ANDRÉ LENGLET

LE DIMANCHE 3 JUILLET AU JARDIN D'ACCLIMATATION

C'est dimanche 3 juillet — Il partir de 14 heures — que les enfants de Paris et de la banlieue, invités par « Paris-Soir », se rendront en foule au Jardin d'Acclimatation.

Ils y trouveront, gracieusement offert par « Paris-soir » un programme de cirque et de music-hall merveilleux, où les plus grandes vedettes : Marie Dubas, les frères Fratellini et d'autres encore viendront leur apporter de la joie.

Il y aura un match de basket-ball sur le stade nouvellement aménagé. Le champion de boxe Lenglet fera une magnifique exhibition et Ladoumègue courra pour la joie de tous ses jeunes admirateurs.

A un rythme accéléré, sur les pistes et sur les pelouses, au théâtre de verdure, vous participerez aux concours de Tonton Serfe, à des exhibitions sportives, aux spectacles les plus divers et les plus éblouissants.

ADRESSEZ VOS LETTRES A « PARIS-SOIR »

Toutes ces attractions vous sont offertes gratuitement. Hâtez-vous de nous demander vos places. Il en reste encore quelques-unes par les trois adresses à

« PARIS-SOIR »
JOURNÉE DE PLEIN AIR
13, RUE DES BLOETS PARIS 11e

Joignez à votre envoi une enveloppe non timbrée, portant votre nom et votre adresse.

Elle nous sera retournée avec les places qui vous donneront l'accès gratuit au Jardin d'Acclimatation et à toutes les attractions que nous traversera à l'intérieur.

Les grandes personnes qui désirent accompagner les enfants, sont priées de les grouper le plus possible : cette fête étant avant tout une fête enfantine le nombre des invitations pour les grandes personnes est limité.

Les places seront distribuées dans l'ordre de l'arrivée des demandes. Hâtez-vous et faites la vôtre dès aujourd'hui

LE DRAME DU RAPIDE PARIS-THIONVILLE

La traduction d'un télégramme chiffré va-t-elle expliquer l'assassinat d'Hilarion ?

(De notre envoyé spécial)
Thionville, 23 Juin.
(Par téléphone)

Hier soir, sur le quai de la gare le juge d'instruction a fait sauter les scellés du wagon dans lequel fut trouvé assassiné Hilarion. L'un des magistrats s'allonge sur la banquette, à l'endroit où Hilarion fut assassiné. Aucun doute ne subsiste : le gangster de l'affaire Rachel a été exécuté alors qu'il dormait profondément par un homme qui le surveillait, et qui tira à bout portant de la banquette d'en face.

D'autre part il est à peu près certain que le voleur des papiers du lieutenant Teuliers n'est pas Hilarion.

Durant tout l'après-midi d'hier, puis jusqu'à minuit et ce matin de 8 heures à midi, le commissaire Dury, « le cuisiné » le soldat Le Bris et son camarade le caporal Bermond qui avait fait avec « le voyage de Paris à Thionville. Le Bris est devenu plus intime avec le lit qu'il n'a pas été revu au cours des affaires « commerciales » d'Hilarion. Un point intéressant est cependant enregistré. Le Bris a pu donner l'adresse d'un autre bureau de poste que celui de la rue Duc et où Hilarion expédiait et recevait du courrier.

Et, maintenant, en attendant que « Parquet de Thionville ait envoyé à Paris pour examen le revolver saisi au pied du cadavre et que le médecin légiste en déposé son rapport, espérons que la lecture par le service du chiffre du bureau d'un télégramme « codifié » trouvé dans un bureau de poste parisien, permettra d'éclaircir le mystère du rapide Paris-Thionville.

Yann Lorans.

POUR CHOISIR UNE CARRIÈRE

(France et Colonies)

Demandez à l'École Universelle, 59, Bd Exelmans Paris son livre n° 33.066 de 208 pages envoyé gratuitement avec la liste de tous les concours annoncés.

Cambriolages en série

Depuis quelques jours les droguistes de la région parisienne sont victimes de nombreux vols. Jusqu'à présent, aucun indice n'a permis d'en retrouver les auteurs. Cependant la police pense que les malfaiteurs sont des gens du métier, car ils ne dérobent que des boîtes de Bastin, l'encaustique magique, qui fait tout briller en un instant.

« J'AI TANT DONNÉ AUX PAUVRES, QU'A MON TOUR... »

Cécile, la mendiante aveugle de Marseille quittait chaque soir ses lunettes noires...

Femme de professeur, elle rentrait dans un bel appartement et retrouvait quatre chiens de luxe !

Cécile « la mendiante ».

(De notre correspondant particulier)
Marseille, 23 Juin.

Chaque jour, rue Vacon, la quatrième Cécile tendait en sébile, le visage barré par une énorme paire de lunettes noire, s'appuyant sur une canne blanche. Sa poitrine était ornée d'un écriteau sur lequel on lisait :

« Aveugle sans pension, suite d'un accident d'auto ; veuve avec ma fillette, je suis sans ressources. Aux papas et mamans qui auront pitié de moi. »

La mendiante avait de nombreux clients. Le soir elle allait dans un bar voisin changer sa monnaie et elle remportait non seulement des pièces, mais souvent même des billets.

Or l'autre jour le chef de la Sûreté prévenait dans son courrier la lettre suivante : « Cécile n'est pas aveugle ; elle est riche et exploite la charité publique arrêtez-la. »

La brigade de la salubrité fut alertée, elle arrêta l'aveugle Cécile, conduite devant le commissaire de police avoua :

— C'est vrai dit-elle. Je ne suis pas aveugle.

L'enquête permit peu après d'appréhender sur la fausse mendiante des détails absolument extraordinaires. Cécile Marot, née en 1880 à Paris dans le 10e arrondissement vivait avec son mari M. Roure, un ancien professeur qui donnait des leçons particulières de français et de piano. L'appartement qu'ils habitaient 7 rue du Lycée-Perrier était vaste et fort bien meublé. Dans le salon quatre petits chiens de luxe se prélassaient sur des coussins en velours près du piano.

— Je suis la fille d'un homme de lettres qui fut connu à Paris déclara avec une certaine hauteur la fausse aveugle. Et elle jeta les hauts cris quand le juge d'instruction fit découvrir à la prison des Présentines.

— Je suis victime ajouta-t-elle de violents jaloux. Lorsque mon mari travaillait nous étions heureux sans pour cela vivre dans l'opulence. Puis la vie est devenue toujours plus chère, mon mari a perdu tous ses élèves. Alors comme autrefois, je donnais beaucoup d'argent aux pauvres j'ai pensé que ce n'était pas interdit de tendre la main et j'ai demandé à mon tour.

Cécile est-elle sincère ?

« Mes chiens de luxe ? Quatre petits roquets qui grognaient de faim dans la rue et que j'ai recueillis.

« Mon piano ? Une « casserole » qui a fait tous les frais de mon mari.

« Mon salon ? A Paris on appelle cela une pièce à tout faire. Mon mari professeur ? Il est inscrit au chômage...

Cécile est-elle sincère ? Des témoins affirment qu'elle menait une double vie mendiante pendant une grande partie de la journée bourgeoise le reste du temps, et qu'elle ne dédaignait pas les réceptions et les soirées.

Le tribunal correctionnel statuera sur le sort de Cécile Marot qui, aveugle, qui pendant plusieurs années a exploité la charité publique.

A. Maurois, chroniqueur de l'amitié franco-anglaise

par Louis GILLET, *de l'Académie Française.*

S'il y avait un referendum sur cette question : « Quel est le plus connu des écrivains français d'aujourd'hui ? », on pourrait hésiter chez nous sur le résultat ; mais si l'Angleterre et surtout l'Amérique s'en mêlaient, je sais bien qu'il n'y aurait qu'une voix, et que tout le monde désignerait l'auteur de la *Vie de Disraeli*.

MODESTIE

Cette situation singulière d'homme extraordinairement célèbre, — qui le ferait excuser d'être un peu insupportable, — Maurois s'applique à la faire oublier à force de modestie.

Je me suis toujours dit que vec son air de jeunesse, sa distinction raffinée ses manières exquises, il prenait autant de peine pour s'effacer que d'autres pour se mettre en lumière et se pousser au premier rang. Bien à cinquante ans à peine, les temps légèrement argentés, c'est assurément par amour de la demi-teinte et de la grisaille : c'est pour donner le change sur son âge et pour être plus sûr de passer inaperçu. Naturellement, il n'y réussit qu'à demi : il a beau faire il lui est impossible de ne pas se faire remarquer. Toute sa personne déclare, fluette sans raideur, est comme sa voix cette voix mince un peu faible qui n'est qu'un souffle et qui, sans jamais déclamer, sans jamais hausser le ton, a le secret de se faire entendre à travers de se faire écouter et, sans quitter le diapason de la confidence et de la conversation porte jusqu'à de vastes auditoires, traverse la mer et l'Océan.

LA GUERRE

On verrait là les jeux auxquels se plaît la divinité, quand elle s'occupe des mortels : une guerre arrache une famille industrieuse à la petite ville de Biswiller, où elle prospérait ; elle transporte ses métiers, ses broches en Angleterre, ses draps dans une ville pluvieuse de l'Ouest, s'y installe avec tout son monde et toute sa tribu, et tout cela, dans la vue gerbée que la fille de la maison, comme un jeune prince élevé incognito dans une boutique de marchands, sera un jour désigné pour refaire une nouvelle conquête de l'Angleterre, ou pour devenir une sorte de ministre de secrétaire intime des rois de franco-anglaises.

INTERPRÈTE DE L'ARMÉE ANGLAISE

Une autre guerre vint le prendre à son bureau, et le faire interpréter dans un des régiments de l'armée de Kitchener. C'était bien là que la Providence voulait en venir. C'était bien là qu'à travers tous les chapitres de son passé la vie le conduisait. Interprète, c'est-à-dire traducteur, agent de liaison confident, messager, trait d'union entre deux pays, deux cultures, c'est ce qu'André Maurois est resté, depuis le premier jour où son étoile le plaça au centre d'une brigade écossaise, c'est le rôle qu'il remplit assidûment depuis vingt ans. Grand rôle de première importance : un Voltaire n'avait joué autrefois, dans ses *Lettres anglaises*. Rôle devenu plus grand encore de nos jours dans ce monde troublé et inquiet d'après guerre, où toutes les chances de paix, de salut, reposent sur l'entente, la mutuelle intelligence, l'union de nos deux pays, l'harmonie des grands peuples qui conservent encore le goût de la liberté le respect de la personne humaine, les principes de la vie civilisée.

Voilà ce que signifie l'œuvre d'André Maurois. C'est pour ce rôle magnifique qu'il a été élu, par un décret du Ciel. Tout le monde lui sait gré de le remplir avec tant de naturel de courtoisie et de simplicité, avec cette discrétion et ce détachement : il est le charme de society.

Le nouvel académicien

M. André Maurois est né en 1885 à Elbeuf d'une vieille famille de drapiers.

Après de solides études à Rouen où il fut le disciple d'Alain, et une licence André Maurois revint à Elbeuf jusqu'à la guerre qu'il fit comme interprète auprès de la 9e division écossaise. Ce sera là le départ d'une étonnante carrière littéraire puisque les deux premiers livres du nouvel académicien furent : *Ariel ou la vie de Shelley*, *Disraeli* et *Bernard Quesnay*, *Le Cercle de famille*, *l'Instinct du bonheur* et que le penseur a essayé à des essais ou des contes philosophiques : *Ce Soir les Anglais dînent*, *Un Peseur d'âmes*, *Dialogues sur le commandement*, *Mes songes*, que suivit

Le portrait littéraire de M. Maurois ne serait pas complet si l'on ne signalait son affection pour l'Angleterre et ses auteurs anglais qui nous valut *L'Histoire de l'Angleterre*, *Edouard VII et son temps* et tout récemment ces délicieux *Conseils à un jeune Français* qui part pour l'Angleterre.

La retraite des vieux

La commission d'assurance et de prévoyance sociales a adopté hier les principes sur lesquels elle entend que le rapport soit établi.

Elles désire demander rapidement le bénéfice de la loi aux travailleurs indépendants de l'artisanat, du commerce et de l'agriculture.

Elle a fixé à 60 ans — au lieu de 65 — l'âge d'admission à la retraite des vieux travailleurs indépendants.

M. Pic présentera son rapport le 19 juillet. Les avis sur le Travail et de la Santé publique seront saisis dans le lendemain sur les propositions du rapporteur.

LE COMITÉ DIRECTEUR DE LA FÉDÉRATION RÉPUBLICAINE a approuvé l'attitude du gouvernement sur la situation en Tunisie et a réclamé pour tous les établissements commerciaux la fermeture de rester ouverts six jours par semaine.

LE COMITÉ DIRECTEUR DE L'ALLIANCE DÉMOCRATIQUE a exprimé sa confiance à son président, M. P.-E. Flandin, et l'a félicité « d'avoir exactement interprété la position de paix de son parti, fondée sur l'étroite collaboration franco-britannique en vue du maintien de la sentinelle et de la non-intervention en Espagne ».

Tirage préliminaire du Sweepstake

Demain soir au Palais des Sports

Comme tous les ans, le Cadre Noir de Fontainebleau viendra donner au Palais des Sports une magnifique exhibition à l'occasion du tirage préliminaire du Sweepstake.

Ce premier tirage a lieu demain.

Si vous n'avez pas vos billets de Sweepstake, hâtez-vous d'en acheter.

Vous avez plus que quelques heures, et vous applaudir le résultat du Grand Prix de Paris, sur l'hippodrome de la Société d'Encouragement, le dimanche 26 juin. 90.000.000 francs de lots.

Le désespoir d'un facteur

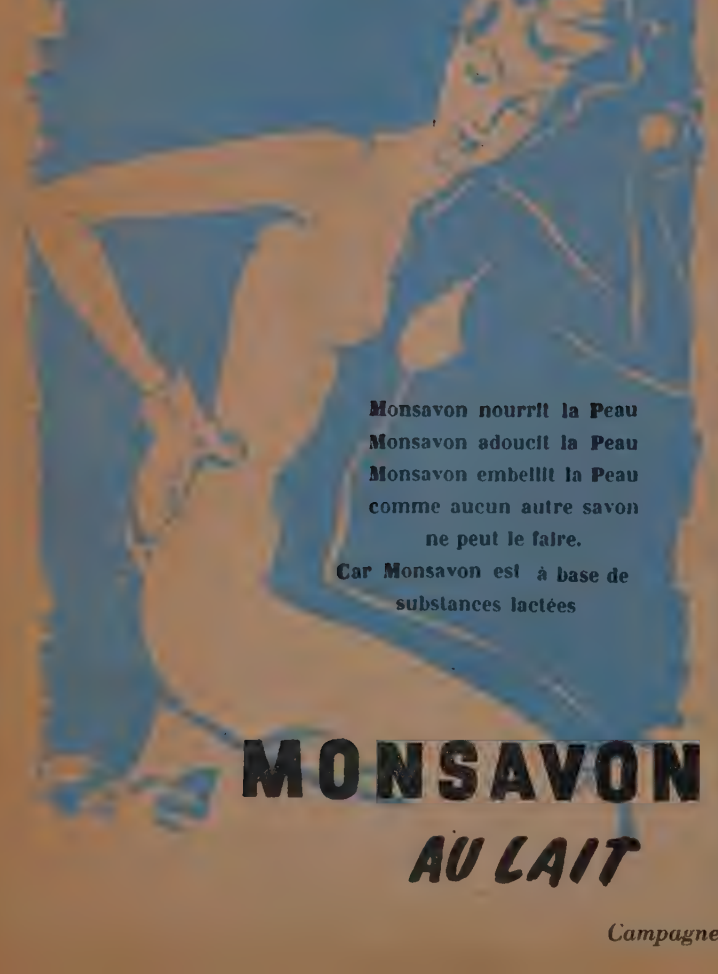
La malheureuse, complètement immobilisée par des cors aux pieds supplie qu'on lui donne du Diab's le Diable » enlève les cors en six jours pour toujours. Toutes pharmacies.

LE MOULIN SANGLANT

Un vient de trouver le corps d'un riche minotier nommé Rucart, assassiné dans son moulin. L'émotion est d'autant plus grande qu'on au titre meurtre a été commis la veille dans une société soirée. Etrange mystère qui ne pourra s'éclaircir que par la lecture du roman « On a vu dans l'ombre » que publie aujourd'hui Police-Film (Police Romans). En vente partout 50 c.

Horreur ! une Punaise !

Un insecte puant et malfaisant ne s'est plus à craindre depuis l'envoi du Nosal. Un seul parfumage le détruit à tout jamais ainsi que ses œufs. Toutes Pharmacies. Droguerie et Marchands de couleurs, etc.

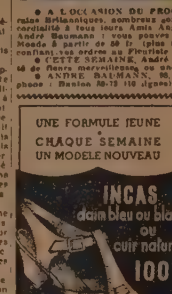


FLEURS DE FRANCE
André Baumann

● A L'OCCASION DU PROCHAIN VOYAGE en France des Souveraines Britanniques, nombreux sont les Parisiens qui, pour témoigner leur cordialité à tous leurs Amis Anglais, ont recours au « Service Woods » d'André Baumann ! Vous pouvez faire livrer des Fleurs aux « Woods » à partir de 60 fr. (plus frais de correspondance ou de câble) en toute confiance, vos ordres au Fleuriste en Vogue.

● C'EST SEMAINE. André Baumann livre à Paris au Cartier Argentée de fleurs merveilleuses au prix de 60 fr.

● ANDRÉ BAUMANN, 16, Boulevard Montparnasse, Paris. Tél. phone : Danton 80-75 (10 lignes)

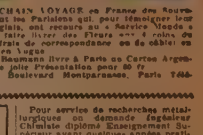


Pour service de recherches métallurgiques on demande Ingénieur Chimiste diplômé Enseignement Supérieur ayant quelques années pratique industrielle. Nationalité française. Age 30-35 ans, situation d'avenir immédiatement bien rémunérée. Ecrire à Secrétai N° 6548 rue Vivienne, 17, Paris.

SITUATION
DE PREMIER ORDRE

est offerte par gros constructeur région Paris à INGÉNIEUR Français 35-40 ans diplômé grande école capable de DIRIGER et d'ORGANISER suivant méthodes modernes important groupe d'ateliers de mécanique. Envoyer références à M. RICHARD, 17 rue Vivienne, Paris.

FRAICHEUR EXQUISE



C'est la sensation que persiste lorsqu'on emploie la Boissoe désaltérante L'ANTÉSITE. 4 et Rocher, 30 rues, Pharm. Epic. Dreg. Herb.

ASTHMATIQUE

guéri en 1 mois indig. recette gratis résultat certain. Ecrire S. ARDOIN, 21 boulevard Dubouchage, NICE.

NUFIX

FIXATIF IDÉAL DANS COMME UN PASTILLE INDIS PENSABLE POUR LA GANTELET-PIVOTS

CONSOMMATEURS...

La Loi ne vous impose plus de prendre comme apéritif des liqueurs d'anis lourdement chargées en sucre et pauvres en distillation.

Prenez l'apéritif actuel qui a donc moindre dans le même verre donne un apéritif complet.

DANS **BERGER SEC 45°**

la qualité multiplie la quantité

PHOTO-CINE

TOUS LES APPAREILS, TOUS LES ACCESSOIRES, TOUTES LES MARQUES.

KODAK ELJY CONTAX-ZEISS-LEICA, EXACTA-BELL & HOWELL-ROLLEIFLEX-BESSA - etc.

Des spécialistes guideront votre choix. Séries de projection. Tirages et agrandissements.

StylyoS
122, Champs-Élysées
PARIS

LA NOUVELLE MANIÈRE DE SE RASER

SUCCÈS SANS PRÉCÉDENT

Tous les hommes emballés.

GRATUIT 10 000 flacons d'Emulsor pour les 10.000 premiers répondant

VOICI la fameuse méthode découverte par un Chimiste à barbe dure, pour se raser sans avoir mal, à fleur de peau et tous les jours. Sur votre blaireau, versez quelques gouttes d'Emulsor, nouvelle substance sans savon qui élimine tous les hommes car elle fait "fondre" la barbe en mousseau. Enfin le rasoir entame chaque poil au ras des pores et le tranche net du premier coup, sans râcler, sans écorcher. Plus de savons qui cuirassent la peau : plus de barbes dures ! La peau reste fraîche et douce. Demandez l'Emulsor partout. Le flacon pour 100 barbes 10 fr. seulement. Pour recevoir un flacon d'essai, découpez le bon ci-dessous

BON GRATUIT

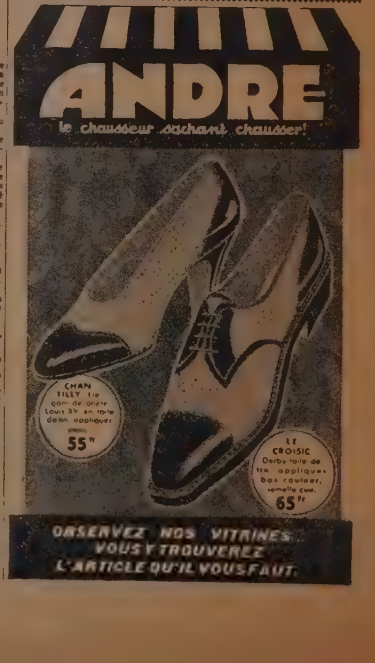
à envoyer à G. Lemoine, Service S. V., Levallois (Seine)

M.M., envoyez-moi, s.v.p. 1 flacon d'Emulsor. Ci-inclus 1 fr. 50 en timbres pour frais.

Nom .....
Adresse .....
Ville .....

EMULSOR LA FIN DES BARBES DURES

UTILISEZ les Petites Annonces Coupées PARIS-MIDI-PARIS-SOIR



Campagne Monsavon dans Paris-soir.

Chaque province va-t-elle offrir une escadrille au ministre de l'Air?

Un 5e ciné "Paris-soir" va s'ouvrir

En plein cœur de Paris, place Clichy, s'ouvre ce soir le cinquième ciné-hall d'informations « Paris-soir ».

Conçu et décoré par le fameux architecte Charles Siclis, le cinéma de la place Clichy, comme tous les établissements placés sous l'égide de « Paris-soir », des Champs-Elysées, du boulevard Raspail, de la République ou des Ternes, sera spacieux, magnifique, aéré.

Une salle spacieuse et élégante

Sept cent cinquante personnes pourront prendre place confortablement dans cette salle aux proportions harmonieuses. Les fauteuils sont rouges, et rouges aussi les tapis qui revêtent les murs jusqu'à une hauteur de deux mètres. Fait entièrement en glaces, le plafond reflétera joyeusement le mouvement des spectateurs.

Enfin deux innovations se signalent à l'attention du public par leur originalité : les parois perforées dans toute leur hauteur pour les besoins de l'acoustique et de l'aération offrent l'aspect léger d'une dentelle, tandis que c'est entouré d'un large cadre de bois que l'écran présente les images de son mouvant tableau.

Le hall d'informations

Le hall d'informations ne le cède en rien à la salle pour son élégance. Tapissé de verre, illuminé par des tubes au néon désaimant les plus gracieuses arabesques, il constitue pour le passant désireux de connaître les événements du jour un havre de paix idéal, charmant, clair.

Aujourd'hui à 17 heures, la presse assiste à une séance inaugurale. Ce soir à 21 heures, de nombreuses personnalités politiques, les amis de « Paris-soir » et de Ciné-Presse se retrouveront place Clichy pour applaudir un second programme.

Demain jeudi, à partir de 10 heures du matin, le public sera admis à connaître à son tour le cinquième ciné-hall d'informations « Paris-soir ».

J. C.

une escadrille au ministre de l'Air?

Reprenant les suggestions de nos lecteurs, M. Pierre Bérenger, député de l'Eure, le propose dans une lettre à M. Guy La Chambre

Depuis plusieurs semaines et notamment après l'enquête de notre collaborateur Jean-Gérard Fleury, nous recevons, sur le problème des armements aériens, un nombre considérable de lettres : quelques-unes ont d'ailleurs été publiées dans notre rubrique : « Les lecteurs écrivent... »

Dans ce volumineux courrier, de multiples suggestions étaient présentées : souscription nationale sous l'égide du gouvernement pour financer la construction d'une puissante flotte aérienne, offres collectives, offres personnelles, même, souvent accompagnées d'importants envois d'argent que « Paris-soir » a fait parvenir à la Caisse autonome de Défense nationale, en précisant l'intention des donateurs; initiatives suggérées aux villes, aux provinces françaises...

Cette dernière suggestion vient de recevoir une consécration parlementaire :

M. Pierre Bérenger, député de l'Eure, vient, en effet, d'adresser à M. Guy la Chambre, ministre de l'Air, une lettre où, après avoir souligné « la nécessité de mettre à la disposition du gouvernement une masse importante de crédits de paiements qui permettrait des réalisations rapides pour l'armée de l'air », il propose « de faire appel à toutes les provinces de France pour leur demander, sous l'égide de leurs élus et des représentants de l'activité nationale, d'offrir chacune une escadrille au ministre de l'Air »

Chaque escadrille porterait le nom et les armes de la province marraine, et les pilotes en seraient originaires dans la mesure du possible

« Ainsi, écrit M. Pierre Bérenger, se manifesterait d'une façon concrète le sacrifice librement consenti par la France au salut commun. Ce serait pour nous l'occasion de faire au monde une éclatante démonstration de notre force nationale et de notre patriotisme vigilant, d'offrir enfin à nos alliés le témoignage de la solidité et de la valeur de l'amitié française à l'heure où la France peut être appelée à jouer ses destinées. »

« Paris-soir » est heureux de ce que le grand élan ainsi spontanément de ses lecteurs trouve ainsi, sur le plan officiel, une résonance qui fasse espérer que l'on tiendra dans l'ère des grandes réalisations.

Les Chambres de Commerce émettent des vœux

L'assemblée des présidents de chambres de commerce vient d'émettre des vœux dans lesquels elle demande notamment

1° Que soit accordée une augmentation de la durée du travail hebdomadaire, sans condition, avec octroi d'heures supplémentaires payées au tarif normal ;

2° Que les coopératives de productions soient en matière de fiscalité, soumises au droit commun ;

3° Que, par le moyen d'une réglementation de la durée du travail soient diminuées les charges de main d'œuvre dans les chemins de fer, la marine marchande et les ports. »

L'affaire Frogé en Cassation

L'intendant, condamné pour espionnage, pourra voir ce soir son procès renvoyé devant un autre tribunal

Deux nouveaux témoignages viennent appuyer les révélations qui avaient été faites à Paris-soir sur l'organisation de l'officine où aurait été préparée l'accusation contre Frogé

Dans un instant, l'intendant Georges Frogé sera fixé sur son sort. Après des années de lutte et d'angoisses désespérées, le voici parvenu au seuil de l'ultime épreuve tant souhaitée : la Cour criminelle de cassation siège et avant ce soir aura fait connaître son arrêt.

Si la Cour accepte le principe de la révision proposée par le garde des Sceaux et transmise avec avis favorable par la commission des révisions, deux solutions s'offrent à elle.

Casser le jugement de Belfort et renvoyer Frogé devant une Cour ou un tribunal, civil ou militaire, de son choix (cas de la première révision Dreyfus en 1899)

Casser et annuler les précédents jugements. Prononcer la réhabilitation et décider du rétablissement intégral de Frogé dans sa situation passée, sans recourir à un nouveau procès (cas de la deuxième revision Dreyfus, 1906)

FAITS NOUVEAUX

Une fois d'- plus rappelons que Georges Frogé fut condamné pour espionnage en 1935, à la suite des dénonciations et des soi-disantes preuves apportées par trois agents doubles : Krauss, Gessmann et Keh et recueillis par le commissaire Oswald, du contre-espionnage et l'agent français Della Torre.

Inutile de préciser que dans les trois mémoires qu'il fournit à la commission de révision, Me Clapa, avocat de Frogé, s'est attaché à réduire l'accusation à néant par l'argumentation de *faits nouveaux*.

Seuls, en effet des *faits nouveaux*, établis et reconnus peuvent être pris en considération par la Cour criminelle de cassation, juridiction sur une demande de revision.

Me Marillot, défenseur de Frogé en cassation, les développe pour l'heure devant la Cour que préside M. Ceous, avant que l'avocat général Carrive prenne à son tour la parole.

Ces faits nouveaux sont de tous ordres et intéressent aussi bien la situation financière de Frogé, les documents qu'il aurait communiqués à l'Allemagne, que la machination dont il aurait été l'objet.

A ce dernier propos, les révélations faites par Mlle Mariotte et parues la semaine passée dans *Paris-soir*, *sont on ne peut plus d'une extrême importance.*

UNE OFFICINE...

Mlle Mariotte, je résume, affirme que tout au contre de l'instruction de l'affaire, en 1934, ce qu'on ignorait totalement, le commissaire Oswald et Della Torre se trouvaient en rapports constants avec Krauss, Keh et Geesmann dans une officine de la rue des Mathurins où, sous couvert de gérance d'immeubles, on pratiquait en grand l'espionnage et le contre-espionnage.

Alors que l'on croyait et que la justice allemande croyait que les enquêteurs français accumulaient les charges au cours de déplacements prolongés de rencontres fortuites et de poursuites à travers la France et la Belgique, tous les éléments au contraire de l'accusation leur étaient fournis au jour le jour par les hommes du Clb, dans une carte de repaire située en plein cœur de Paris.

En conclusion, Oswald et Della Torre étaient bien mieux placés qu'on ne pouvait le supposer pour forger du toc fondé ou non des accusations portées contre Frogé Or, je répète, au jour du jugement, Oswald et Della Torre voldrent au secours de Frogé Pourquoi ?

Le témoignage de Mlle Mariotte est à un tel point capital et met dans une situation si délicate Oswald et Della Torre que je m'attendais à recevoir sinon un démenti, du moins une explication de leur part. Il n'en a été rien. Par contre, dans ce court laps de temps, il m'est parvenu trois témoignages nouveaux qui confirment pleinement les assertions de l'ex-secrétaire de Della Torre

M. COQUELET NOUS DIT

Tout d'abord, un ancien officier de la Grande Guerre en vient me voir, M Coquelet. Cet honnête homme m'a déclaré textuellement :

— TOUT CE QUE Mlle MARIOTTE M'A DIT EST EXACT

Je me suis trouvé en rapports d'affaires de 1933 à juillet 1934 avec Della Torre et Geesmann dont, moi aussi, son bureau de la rue des Mathurins. C'est moi qui l'incitai à prendre Mlle Mariotte que je connaissais, à son service. Nous habitions alors tous, Mlle Mariotte, Krauss, Keh et moi, 111, boulevard Macdonald, cet immeuble appartenant à la société dont Della Torre était administrateur. Je dois de révéler qu'un Krauss, dont l'appartement était plus confortable que le mien, avait un loyer de 1.000 francs alors que je payais le double !

« A ma connaissance, c'est le général Girard à qui un bureau était également réservé rue des Mathurins et à qui Della Torre avait demandé d'être administrateur des fonderies de Choisy-le-Roi, où là avait de gros intérêts, qui, de toute bonne foi, ouvrit les portes du deuxième bureau à ce dernier.

« Le général Girad lui fit même obtenir pour sa fonderie, une commande de 300.000 grenades et je m'étonnai fort que des personnages de la qualité d'un Gessmann, grâce à ses relations suivies avec Della Torre, puisse suivre, d'aussi près, une fourniture intéressant la Défense nationale.

« Je m'étais ouvert de mes soupçons à Mlle Mariotte de la raison de son congédiement fut, en vérité, qu'elle me donnait trop de renseignements sur l'étrange activité qui régnait rue des Mathurins.

Telles sont les révélations qui me parviennent à la dernière heure mais laissons les magistrats de la Cour de cassation délibérer en toute sérénité, leur sage décision nous sera connue d'un instant à l'autre.

A.-G. LEROUX.

Ce soir, à 19 h. 50, au micro de RADIO-37, écoutez notre radioreportage complet sur ce procès.

M. Paul Reynaud poursuit activement ses consultations

LA MISE EN FORME DU PLAN DE REDRESSEMENT

Le ministre des Finances confère cet après-midi avec M. de Monzie et reçoit ensuite M. de Chappedelaine,

IL S'ENTRETIENDRA DEMAIN MATIN AVEC M. POMARET

M. Paul Reynaud, poursuivant la série de ses consultations, rendra visite, cet après-midi, à M. de Monzie rentré de Cahors où il avait présidé la session du Conseil général du Lot.

L'entretien porte sur la participation des Travaux publics au plan de redressement, et notamment sur les mesures les plus propres à réduire, jusqu'à l'extrême limite, le déficit des chemins de fer.

Il reçoit ensuite M. de Chappedelaine, avec lequel il examine les textes qui peuvent intéresser la marine marchande, dans le cadre d'une politique « impériale »

D'autre part, il conférera demain matin avec M. Pomaret sur les mesures d'ordre social susceptibles d'être intégrées au plan.

Deux questions dominent toutes les autres : celle du taux auquel seraient payées les heures supplémentaires, en cas d'allongement de la durée du travail; celle, d'autre part, des mesures complémentaires qui pourraient être prises.

Il convient de rappeler par ailleurs, que M. Pomaret avait fait approuver une série de projets d'ordre social concernant notamment le statut de la grève, celui des délégués ouvriers, les sanctions en cas d'inexécution d'heures supplémentaires dans les industries de défense nationale, celles à prendre contre les patrons et les ouvriers qui refuseraient d'appliquer une sentence arbitrale, la rééducation professionnelle des chômeurs, etc...

Et confirmons, enfin, que l'on prévoit, pour dimanche, la parution de toutes les grandes mesures économiques et financières contenues dans le Plan Reynaud

LAPÉBIE avec ses jambes sauvera peut-être la tête d'Hervault

La justice française se modernise. En Amérique, les juges n'hésitent pas à se faire présenter un film, à s'enduire la bouche de rouge à lèvres, comme on le vit au procès de Sally Rand.

Nos magistrats ne vont pas aussi loin. Mais aujourd'hui on a fait appel à un homme de sport pour déceler la vérité dans une affaire criminelle.

Le champion Roger Lapébie a tenté, en effet, ce matin, devant huissier, de parcourir 45 kilomètres en 1 m, 15, chronomètre en main.

Il s'agit de l'affaire Hervault.

Au mois de juillet 1936, une jeune fille, Rachel Renard, est assassinée à 8 heures 15 du matin près du monument aux morts de Vitry. Deux mois plus tard, un cultivateur agricole, Hervault, s'accuse du crime, puis, au cours des assises du Pas-de-Calais, se rétracte.

A l'appui de ses dires, il cite le témoignage de son ancien patron, qui affirme l'avoir vu dans la cour de sa ferme à 7 heures précises.

Hervault n'a qu'un « 1 h. 15 » parcourir cette distance !...

Le procès a été cassé et Hervault renvoyé pour la fin du mois devant les assises du Nord

Pour éviter, au moment du procès, une discussion sur le temps de trajet, on a donc fait appel à Roger Lapébie, qui a été chargé de couvrir l'itinéraire dans le minimum de temps. S'il réussit dans cette performance, il faudra encore tenir compte du fait que Hervault n'est pas un champion professionnel. S'il échoue, la défense trouvera dans ce record non battu un argument de poids.

Lapébie a « échoué »

Le résultat de l'expérience est très important. En effet, Lapébie est parti de la ferme Daideville où était employé Hervault, à 10 heures précises, et est arrivé sur les lieux du crime une heure 41 minutes plus tard.

L'huissier, Me Henri Chavatte, a enregistré le fait, dont la défense ne manquera pas de tirer un grand parti.

Les maladies du sang et de la peau

Les comprimés Reparan permettent de se soigner discrètement chez soi, *sans piqûres*, avec efficacité. Le flacon : 25 francs tbs pharmacies ou Phie Pétignon, 17 Bd de Courcelles. Envoi discret *sans frais*. Notice gratuite.

Le groupe socialiste précise son attitude en politique intérieure et extérieure

La commission exécutive, réunie sous la présidence de M. Léon Blum, a examiné la situation politique intérieure et extérieure. Elle a chargé une délégation, composée de MM. Vincent Auriol, Dormoy, Le Troquer, Lussy, Monnet et Vallère, de se rendre auprès du Président du Conseil pour connaître ses intentions au sujet de la convocation du Parlement et lui demande, dans l'intérêt des institutions républicaines, de convoquer les Chambres le 15 novembre selon les engagements qu'il avait pris le 4 octobre envers les délégations socialistes.

En ce qui concerne la politique extérieure, la délégation exécutive a décidé de demander au Président du Conseil, qu'en accord avec le gouvernement de la Grande-Bretagne, une décision immédiate soit prise pour le retrait du territoire espagnol de tous les combattants étrangers sous un contrôle rigoureux comme il a été procédé avec le gouvernement républicain. Cette décision étant conforme :

1° Au principe et aux accords de non-intervention ainsi qu'aux intérêts de la paix européenne ainsi que la solution du conflit espagnol et le sort espagnol seront laissés aux seuls Espagnols.

2° Aux intérêts de la France qui ne peut laisser des puissances étrangères, sous le prétexte de croisade idéologique, imposer leur volonté à une nation libre dont les frontières et les voies de communication intéressent au plus haut degré la sécurité de notre pays.

La délégation exécutive a en outre résolu de demander au gouvernement, conformément aux traditions internationales d'humanité, le ravitaillement des populations civiles d'Espagne non armées.

La délégation exécutive a décidé de demander à tous les groupes de gauche de se joindre au groupe socialiste pour faire respecter sur ces bases le droit et l'équité internationale, en même temps que les intérêts de la France.

M. VON RATH dont état est stationnaire a pu recevoir son père et sa mère

(SUITE DE LA PREMIERE PAGE)

Devant le juge il s'est au contraire repenti et a exprimé des regrets :

— Je n'avais aucune raison de tuer plutôt celui-là qu'un autre, a-t-il expliqué. J'étais décidé à accomplir un acte qui me répugnait.

Le juge put encore obtenir de lui un détail intéressant. Grynszpan avait écrit au Président Roosevelt pour lui demander d'accorder à ses parents le droit d'asile sur le territoire des Etats-Unis.

L'état du blessé est grave

A la clinique de l'Alma, où de nombreuses personnalités se rendent ou viennent prendre des nouvelles de M. von Rath, le professeur Magnus et le docteur Brandt, médecin personnel du Führer, sont venus de nouveau examiner ce matin ce malade, soigné par les confrères français.

L'état du blessé reste toujours extrêmement grave. On a dû procéder à l'ablation de la rate, et la température reste toujours élevée.

Les chirurgiens ont décidé, devant l'état de faiblesse de M. von Rath, de recourir à une troisième transfusion du sang qui a été prélevée ce matin vers dix heures. Pour la troisième fois en quarante-huit heures M. Thomsen a donné son sang au diplomate allemand.

Mme von Rath au chevet de son fils

M. Von Rath, père du blessé, est resté toute la nuit près de son fils. Le secrétaire d'ambassade a pu recevoir ce matin la visite de sa mère qui est arrivée par le Nord-Express, venant de Cologne

Une affaire de passeports

La police judiciaire s'occupe en ce moment, à propos de l'affaire Grynszpan, d'une curieuse affaire de passeports. En effet, en consultant les petites annonces des journaux on trouve, à la rubrique des « perdus et trouvés », un nombre vraiment surprenant de passeports polonais perdus. A la date du 2 juin, la police a découvert une annonce ainsi libellée : « Perdu passeport polonais, rapporter Gryszpan, 34, rue du Pressoir ».

S'agit-il du jeune meurtrier du diplomate allemand ? On le saura sans doute bientôt.

Yann Loranz.

Manifestations à Hersfeld

Berlin, 9 Novembre.

Des manifestations se sont produites à Hersfeld, à la suite de l'attentat dont a été victime à Paris M. von Rath.

Au cours de ces incidents antisémitiques, la synagogue de la ville a été attaquée et incendiée. L'édifice a été complètement détruit.

D'autre part, le président de la police de Vienne a ordonné que, dorénavant, tous les magasins et ateliers aux caractères exclusivement juifs d'inscriptions indiquant le nom du propriétaire, soit seulement en langue allemande, soit aussi en hébreu.

Le Führer a promu M. von Rath au rang de conseiller de légation

Berlin, 9 novembre.

Le Führer-chancelier a promu au rang de conseiller de légation de première classe M. von Rath, secrétaire de l'ambassade du Reich à Paris, qui fut grièvement blessé lundi dernier.

Vous rêvez d'être admirée...

Vous pouvez avoir les plus beaux cheveux du monde... d'une couleur admirable, fascinante.

Et la teinte des cheveux est ce qui frappe le plus dans le physique d'une femme.

Imédia est à la chevelure ce que le maquillage est au visage : un moyen de l'embellir et de la mettre en valeur. N'hésitez pas !

IMÉDIA

TEINTURE POUR CHEVEUX

Tout coiffeur-applicateur d'Imédia est un technicien de la teinture et un véritable artiste. Consultez-le sur le choix de votre nuance et confiez-vous à lui en toute sécurité.

Georges BOURDON est mort

M. Georges Bourdon, qui était souffrant depuis quelques semaines, s'est éteint cette nuit. Georges Bourdon était président du Syndicat National des Journalistes, rédacteur en chef de Radio Journal de France »

Il consacra tant les petites annonces des journaux on trouve, à la rubrique des « perdus et trouvés », un nombre vraiment surprenant de passeports polonais perdus. A la date du 2 juin, la police a découvert une annonce ainsi libellée : « Perdu passeport polonais, rapporter Gryszpan, 34, rue du Pressoir ».

S'agit-il du jeune meurtrier du diplomate allemand ? On le saura sans doute bientôt.

Yann Loranz.

Manifestations à Hersfeld

Berlin, 9 Novembre.

Des manifestations se sont produites à Hersfeld, à la suite de l'attentat dont a été victime à Paris M. von Rath.

Au cours de ces incidents antisémitiques, la synagogue de la ville a été attaquée et incendiée. L'édifice a été complètement détruit.

D'autre part, le président de la police de Vienne a ordonné que, dorénavant, tous les magasins et ateliers aux caractères exclusivement juifs d'inscriptions indiquant le nom du propriétaire, soit seulement en langue allemande, soit aussi en hébreu.

Le Führer a promu M. von Rath au rang de conseiller de légation

Berlin, 9 novembre.

Le Führer-chancelier a promu au rang de conseiller de légation de première classe M. von Rath, secrétaire de l'ambassade du Reich à Paris, qui fut grièvement blessé lundi dernier.

Comment se soigner par l'Homéopathie

Toutes les maladies peuvent être soignées par la méthode homéopathique et souvent avec beaucoup plus de succès que par toute autre méthode. Un ouvrage de 175 pages extrêmement intéressant : « La Médecine Homéopathique » du professeur Borbon vous donnera à ce sujet les renseignements les plus précieux. (Plus de 300 maladies décrites avec symptômes et traitements) Pour le recevoir, écrire aux Editions P. Boribel, 11 ter, avenue de Ségur, Paris. Joindre 3 francs pour frais.

Campagne Imédia dans Paris-soir.

N° 135 - Samedi 30 juillet 1938 - 3e année

SIXIÈME DERNIÈRE

Paris-soir Dimanche

6e DERNIÈRE

50 cent.

LE TEMPS DU WEEK-END

Les averses provenues du sud-ouest de l'Europe semblent s'éloigner de façon durable. Les perturbations, venant de l'Atlantique tournent au sud et à l'est de ces averses persistent. Elles ne sont pas encore parvenues jusqu'à nous. Elles n'atteignent pas les régions méridionales de la France. Le reste de la France n'est pas toujours à l'abri de quelques averses orageuses. En conséquence, pour le 30 et le 31 juillet, temps généralement nuageux, quelques averses orageuses, surtout dans la moitié nord de la France et le Centre. Vents faibles à modérés de la région nord à variables ailleurs. — NIMBUS.

dans ce numéro

UN DOCUMENT

CE QUE FURENT d'instant en instant

LES DERNIÈRES HEURES DE LA PAIX

du 29 juillet au 2 août 1914

par

Saint-Georges de BOUHELIER

NOUS COMMENÇONS AUJOURD'HUI LA PUBLICATION D'UNE SERIE D'ARTICLES DE NOTRE EMINENT COLLABORATEUR SAINT-GEORGES DE BOUHELIER, BEAU-FRERE DE RENE VIVIANI, ALORS PRESIDENT DU CONSEIL. IL A VECU DE PRES TOUS LES EVENEMENTS, TOUTES LES TRACTATIONS QUI PRECEDERENT IMMEDIATEMENT LA GRANDE GUERRE. IL NOUS LIVRE ICI DES SOUVENIRS PERSONNELS QUI SONT LE VERITABLES REVELATIONS PROPRES A ECLAIRER L'HISTOIRE ENCORE OBSCURE SUR BIEN DES POINTS. LES CINQ JOURS DU 29 JUILLET AU 2 AOUT 1914 QUI DECIDERENT DU SORT DE L'EUROPE.

★

AU NOM DE LA MORALE!

La lutte est ouverte entre...

SIMONE SIMON

et les clubs de femmes americaines

CE MATIN, AU CONSEIL DES MINISTRES

Un décret organise la Défense passive

M. Georges Bonnet expose les développements de l'affaire tchécoslovaque

Les élections sénatoriales sont fixées au 23 octobre

Le prochain Conseil des ministres aura-t-il lieu à Vizille ?

Les membres du gouvernement se sont réunis ce matin à 10 heures en conseil des ministres à l'Elysée, sous la présidence de M. Albert Lebrun.

A l'issue de la séance, qui a pris fin à 11 h. 30, M. Albert Sarraut, ministre de l'Intérieur, a remis à la presse le communiqué officiel suivant

La défense passive

« Sur la proposition de M. Edouard Daladier, président du Conseil, ministre de la Défense nationale, le Conseil a approuvé un important décret qui règle l'organisation de la défense passive.

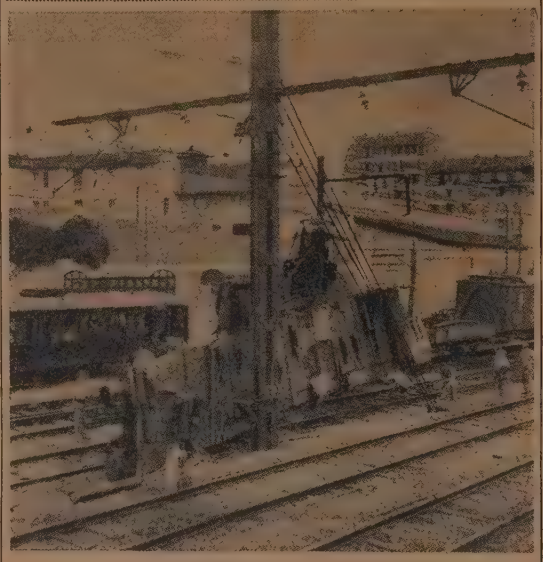
« Le général Aubé, qui exerce déjà les fonctions d'inspecteur général de la défense antiaérienne, assurera aussi désormais les fonctions d'inspecteur général de la défense passive.

« Le général Daudin est nommé directeur de la défense passive. »

Le Président du Conseil a également soumis à la signature du Président de la République un décret aux termes duquel le général de division Naguera, membre du Conseil supérieur de la Guerre, est maintenu en activité pour une année et placé hors cadres dans les conditions de l'article 1er de la loi du 26 décembre 1927, à compter du 13 août 1938.

(Suite en page 3)

UN CONVOI DÉRAILLE EN GARE DE CHOISY-LE-ROI...



Les travaux de déblaiement sur les voies à Choisy-le-Roi.

En présence du cadavre carbonisé de sa femme l'automobiliste Grapin continue à nier

« J'ai perdu complètement la tête » affirme-t-il aux enquêteurs

(LIRE NOS INFORMATIONS EN PAGE 3.)

La voiture incendiée et renversée dans un fossé.

NI MORTS, NI BLESSÉS fort heureusement

Mais les trains de vacances au départ du quai d'Orsay subirent des retards considérables

Il était approximativement 2 h. 40, cette nuit. Une rame de wagons de voyageurs roulait à vide, remorquée par une locomotive, en direction de Paris, venant de Juvisy. Arrivé à hauteur de Choisy-le-Roi, le convoi dérailla.

Suite en page 4.)

AUJOURD'HUI EN CALIFORNIE

Le mariage D'AMOUR d'Hephzibah MENUHIN

disperse à jamais un trio d'enfants prodiges

Hephzibah Menuhin et son fiancé en Californie.

En six mois, Yehudi et ses deux sœurs qui ne s'étaient jamais quittés et avaient ensemble conquis gloire et fortune se sont mariés tour à tour

(Lire nos informations en page 6)

L'EXPLOSION DE CHALAIS-MEUDON

VICTIME DU DEVOIR

le savant Max Serruys est amputé des deux mains

(Lire nos informations en page 6)

avec AMBRE SOLAIRE

Les rayons nocifs sont arrêtés : Plus de coups de soleil !

Les bons rayons passent seuls : On brunit en trois jours !

Campagne Ambre Solaire dans Paris-soir en 1ère page.

Vous n'êtes pas CHIC
Si vous n'êtes pas TEINTE

Une beauté trop discrète passe inaperçue.
Une jolie femme non maquillée paraît presque laide.
Une chevelure naturelle, quelle qu'en soit la beauté, n'est plus à l'unisson de votre maquillage.

De l'audace, toujours de l'audace, cela signifie aujourd'hui : De la couleur, encore et toujours de la couleur.

La Teinture, grâce au progrès réalisés par l'Oréal, est devenue un art véritable et, pour la Femme, un moyen infaillible de s'embellir et de renouveler son charme.

L'Oréal a mis au point trois procédés de teinture :

Imédia est une teinture totale qui transforme des cheveux clairs, blancs, grisonnants, en cheveux d'une nuance plus foncée.

L'Oréal Blanc est un décolorant qui éclaircit les cheveux foncés et donne toute la gamme des blonds.

Les nuanceurs Coloral ne teignent pas mais donnent à la chevelure pour quelques jours ou pour quelques heures un reflet d'une nuance originale.

Votre coiffeur, en mariant ces différents procédés, comblera vos vœux en réalisant la nuance désirée et vous partirez en vacances avec une personnalité nouvelle.

aux trois quartiers
BOULEVARD DE LA MADELEINE
PARIS

CHANEL

ÉTÉ 1939

A partir du jeudi 5 Janvier

71e EXPOSITION de

BLANC

au

PRINTEMPS

LA PHOTOLITHO L. DELAFORTE PARIS

MARDI 21 MARS
ET JOURS SUIVANTS
TOILETTES
DE
PAQUES
AUX GALERIES LAFAYETTE

AUX GALERIES LAFAYETTE

" PEPITA "
Paille nouvelle.
130.

" CONSTANCE "
Coiffant très jeune, feutre, tons mode. **99.**
Pastels..... **115.**

Madame, voici l'Avril le soleil revient d'exil...

57.72. SAC agneau, doublé moire, nuances mode.
EXCEPTIONNEL.
79.

57.73. SAC box-calf doublé moire, noir, marine, marron ou bordeaux.
EXCEPTIONNEL.
95.

57.74. POCHETTE box-calf extra-souple, doublé moire, coloris mode.
PRIX "RECORD"
110.

" ANGÉLIQUE "
Dernier genre, panama fin..... **150.**

Draeger,

TIRAGE EN 4 COULEURS EXÉCUTÉ
POUR LES MAGASINS DU PRINTEMPS
PAR L'IMPRIMERIE BUTTNER-THIERRY
D'APRÈS FILMS OFF-SET CLICHÉS-UNION
SUR PAPIER OFF-SET D'ART DE LA HAYE-DESCARTES

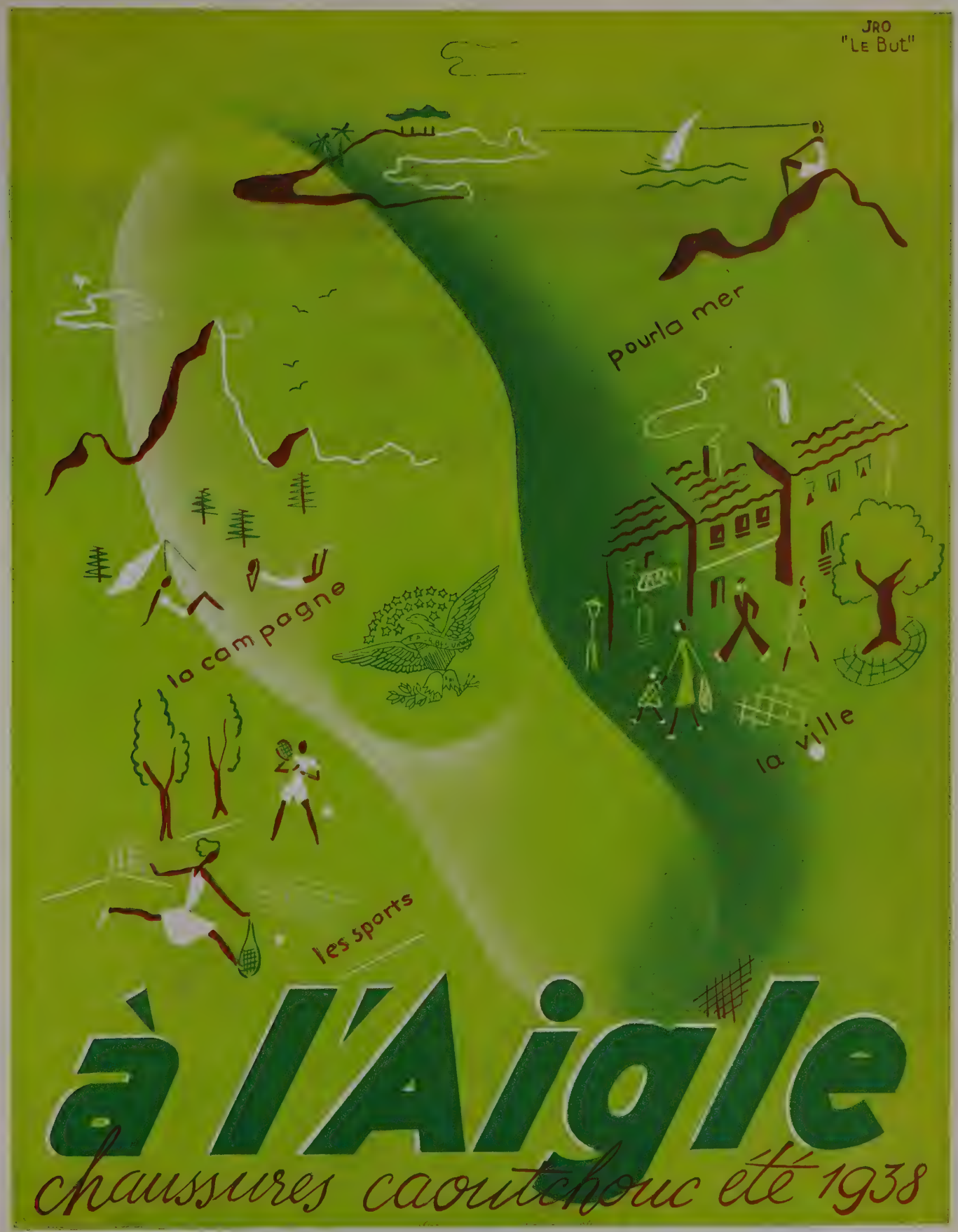
LE DOC
1 R O

Balles à lancer

MODÈLE RÉGLEMENTAIRE

BREVET SPORTIF POPULAIRE

HUTCHINSON


JRO
"Le But"
Pour la mer
la campagne
la ville
les sports
à l'Aigle
chaussures caoutchouc été 1938

ANDRÉ BAUMANN

98, BOULEVARD DU MONTPARNASSE - TÉLÉPHONE DANTON 89-73 (10 LIGNES)

JOURS DE FÊTE : FLEURS

Quatre départements parfaitement organisés: PARIS ● BANLIEUE ● FRANCE ● MONDE assurent l'exécution de vos ordres partout. Vous pouvez commander : par téléphone - si vous êtes abonné - à Danton 89-73 (10 lignes) ; par lettre accompagnée du règlement; par pneumatique chargé; par dépêche si vous ne pouvez nous rendre visite. ●

le Fleuriste en Vogue

FLEURS : JOIE DE VIVRE

UN CHOIX DIGNE DE VOUS : Azalées " Bouquets-Vivants " : 100 et 75 Fr. ; Sélection spéciale : 150 à 500 Fr. ● Cyclamens depuis 50 Fr. ; Corbeilles de Cyclamens : 150 à 200 Fr. ● Corbeilles de Fleurs " Créations de Nos Studios " : 250, 350, 500 Fr. ● Cristaux, Vanneries et Vases précieux joliment fleuris à : 300, 500 et 1.000 Fr. Cartons de Fleurs Sélectionnées : 100, 75, 50 Fr. ●

PUB. JACQUES NAHMIAS.
— Cliché LAUREYS FRÈRES —

Voir en page 3 de couverture
la description de ces légumes.

PLASAL PARIS
DRAEGER, IMP
PROCEDÉ 301

VILMORIN-ANDRIEUX

Voir en page 2 de couverture
la description de ces fleurs.

1939

DISQUES

Marcel Arthaud

AFFICHE DE KIFFER

AFFICHE DE JEAN COCTEAU

PUBLICITÉ DE VEDETTES

AFFICHE DE VAN CAULAERT

" CHOIX, QUALITÉ, PRIX ", arguments écœurants à force d'être sempiternels, cauchemars quotidiens du publicitaire en gésine, pour un moment, fuyez !... très loin !...

Voici, devant nous de la belle matière, dense, généreuse, une matière qui foisonne en nuances, en fantaisie, en individualité : il s'agit de " vendre " des vedettes, de typer pour le public des gens qui, essentiellement, ont " du type ". Quelle aubaine !

Quelle aubaine, entendons-nous, pour les " graphistes " qui ont quelque chose dans le ventre. Car pour les autres — pas d'illusions — ils trouveraient le moyen de faire du banal, plus facilement encore que jamais, avec ces créatures hors-croquant-moyen qui s'appellent Joséphine Baker, Damia, Suzy Solidor ou Maurice Chevalier.

Dieu merci, ces feuillets vous feront témoignage que quelques affichistes ont su et savent se servir de leur talent, ces feux sacrés qui, séduisants et divers, nous font aimer nos vedettes dans la mesure où elles nous permettent de franchir, un moment, nos pauvres limites d'hommes.

Je ne commenterai pas ces images. Regardez-les, c'est plus simple. Et regardez aussi, in fine, les reproductions de pochettes qui prolongent jusque dans la boutique aux chansons, en taches polychromes et en dessins pleins d'esprit, le kaleïdoscope des divers " tempéraments ".

" CHOIX, QUALITÉ, PRIX ", mille regrets ! C'est le plaisir de nos yeux et de nos oreilles dont nous voulions, quelques instants, parler.

R. L. DUPUY

AFFICHE DE PAUL COLIN

AFFICHE DE RENÉ RAVO

AFFICHE DE PAUL COLIN

AFFICHE DE KIFFER

AFFICHE DE VAN CAULAERT

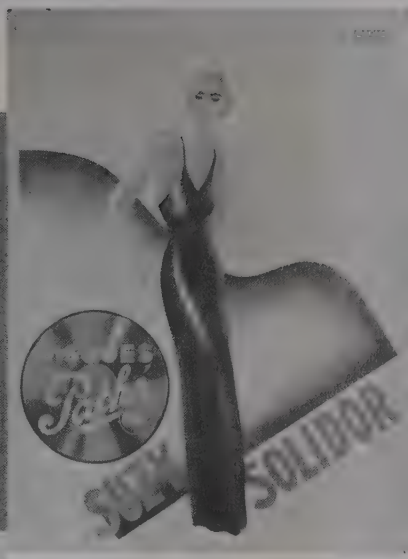
AFFICHE DE ANDRÉ CLAVEAU

AFFICHE DE PAUL BRUSSET

AFFICHE DE VAN CAULAERT

AFFICHE DE KIFFER

AFFICHE DE PAUL COLIN

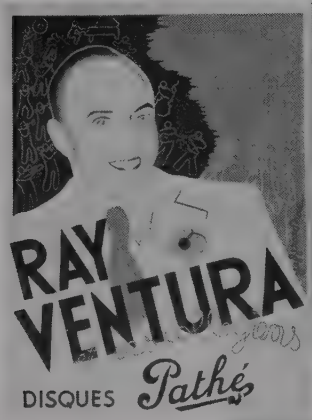


AFFICHE DE PAUL COLIN

AFFICHE DE KIFFER

AFFICHE DE PAUL COLIN

AFFICHE DE G.-G. NOËL



AFFICHE DE G.-G. NOËL

AFFICHE DE LÉON ZACK

AFFICHE DE VAN CAULAERT

AFFICHE DE PAUL COLIN

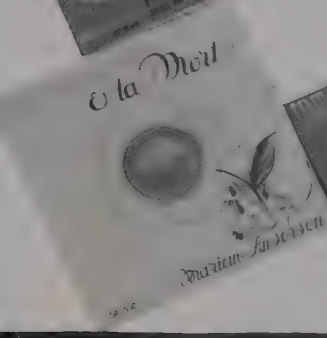
AFFICHE DE VAN CAULAERT

AFFICHE DE DELAUNAY

AFFICHE DE FABIGAN

POCHETTES POUR ÉTALAGES DE DISQUES

1 - 2 - 3 : MARCEL ARTAUD. - 4 : VAN D'OR
5 : PAUL COLIN. - 6 - 7 : DELAUNAY. - 8 : PAUL COLIN.

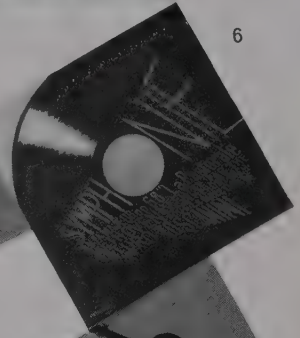


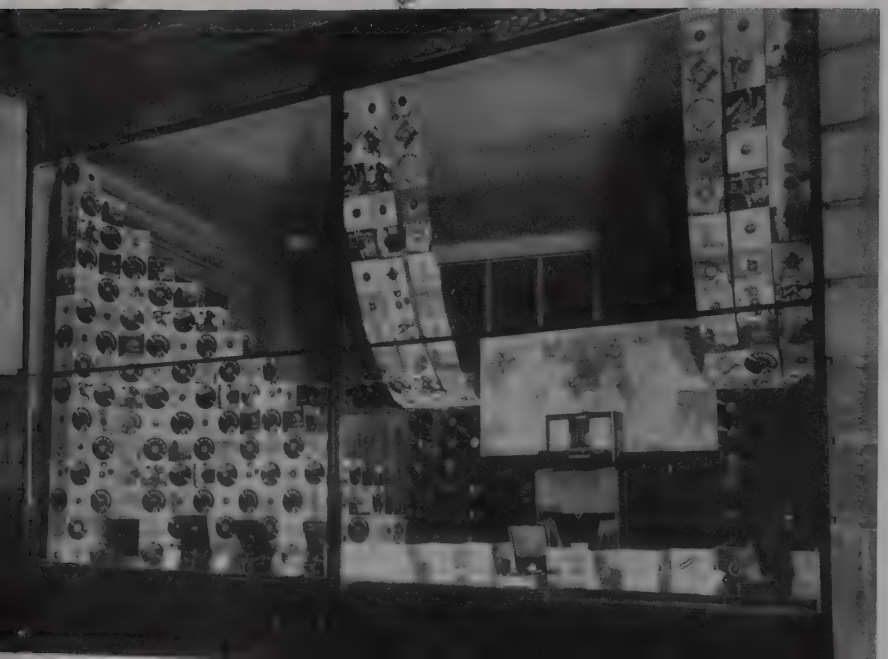
3

4

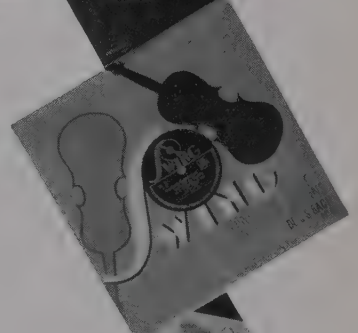
5

6





7

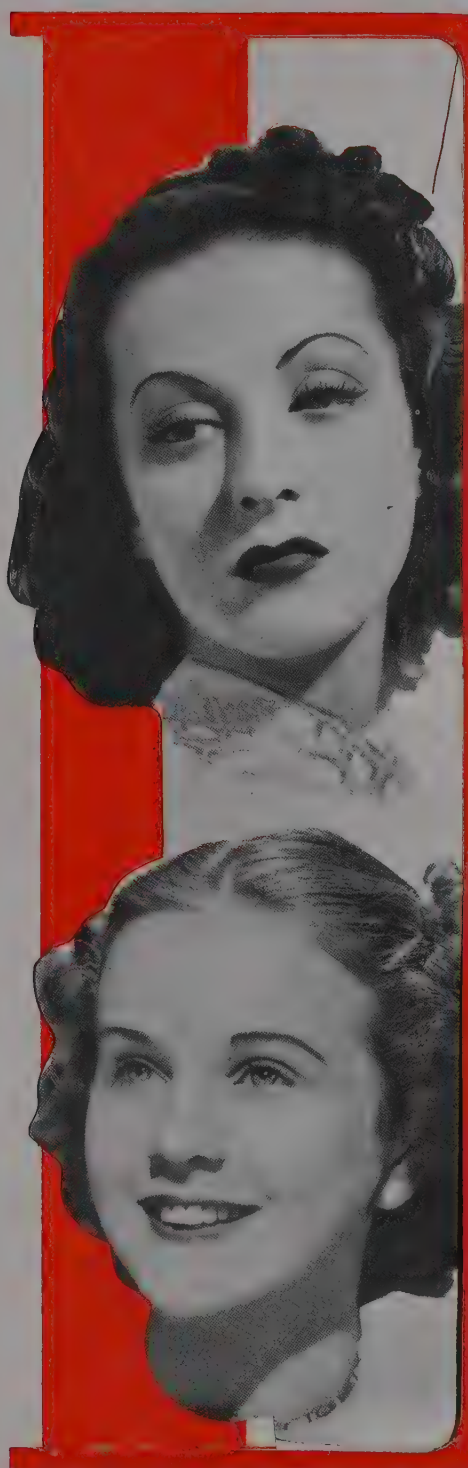


8

MISE EN PAGE DE

RADIO
Pathé

LE MAITRE DE LA RADIO



DANIELLE DARRIEUX

et

DEANNA DURBIN

DEUX VEDETTES UNIVERSAL

qui triomphent dans...

"Le plus parisien des films américains"

COQUELUCHE de Paris

(THE RAGE OF PARIS)

Ambassadrice de la beauté française dans le monde conquise par Hollywood, **DANIELLE DARRIEUX**, le plus grand nom du cinéma français, est aujourd'hui parée d'un nouveau titre de gloire. **DANIELLE DARRIEUX** est maintenant une vedette UNIVERSAL.

Le premier film interprété par **DANIELLE DARRIEUX** sous le ciel de Californie a reçu l'aval de toute la presse américaine. COQUELUCHE DE PARIS arrive en France précédé d'une réputation immense. Les raisons du succès qui attend en Europe COQUELUCHE DE PARIS, les voici.

Les vedettes : **DANIELLE DARRIEUX** et **DOUGLAS FAIRBANKS Jr.** Deux noms prestigieux, deux talents hors de pair, un couple fascinant.

Le metteur en scène : HENRY KOSTER, qui nous a révélé DEANNA DURBIN, en signant " Trois Jeunes Filles à la Page " et " Deanna et ses boys ".

Les scénaristes, Bruce Manning, Felix Jackson, deux hommes les plus spirituels de ce temps.

La signature : **UNIVERSAL-FILM.**

★

DEANNA DURBIN, la Cendrillon de l'écran, qui décourage les éloges, **DEANNA DURBIN**, la vedette à la voix d'or, est une vedette UNIVERSAL. Elle a tourné trois films :

TROIS JEUNES FILLES A LA PAGE

une adorable réussite.

DEANNA ET SES BOYS

un succès éclatant.

Délicieuse

un chef-d'œuvre, son plus récent triomphe.

Actrice, comédienne, cantatrice, **DEANNA DURBIN**, vedette internationale, s'est attachée tous les cœurs.

DÉLICIEUSE réunit les noms de Herbert Marshall, Gail Patrick, Arthur Treacher, Jackie Moran.

DELICIEUSE a été réalisé par Norman Taurog.

DELICIEUSE porte la griffe d' **UNIVERSAL-FILM.**

UNIVERSAL PICTURES

UNIVERSAL PICTURES

Indépendamment de

COQUELUCHE DE PARIS

et de

DELICIEUSE

veuillez noter les titres suivants constituant la

1ère TRANCHE de notre Sélection 1938-1939

"le film surprise de la saison"

UNE LETTRE D'INTRODUCTION

Réalisation de John STAHL

avec ANDREA LEEDS, ADOLPHE MENJOU,
EDGAR BERGEN et Charlie Mc CARTHY, George MURPHY

★

L'AGE INGRAT

Réalisation de Ed. LUDWIG

avec DEANNA DURBIN, MELVYN DOUGLAS,
JACKIE COOPER

★

VIBRANTE JEUNESSE

Réalisation de Archie MAYO

avec JOEL Mc CREA, ANDREA LEEDS

★

C'ÉTAIT POUR RIRE

Réalisation de Ray Mc CAREY

avec VICTOR McLAGLEN, WM. GARGAN, PAUL KELLY

★

LES DÉLAISSÉES

Réalisation de James WHALE

avec

WARREN WILLIAM, GAIL PATRICK, RALPH MORGAN,
CONSTANCE MOORE, WILLIAM LUNDIGAN

★

LE RETOUR DE L'HOMME INVISIBLE

le metteur en scène et la distribution seront annoncés ultérieurement

★

JIM-LA-JUNGLE

Réalisation de Ford BEEBE et Cliff SMITH

avec GRANT WITHERS, BETTY JANE RHODES,
RAYMOND HATTON, EVELYN BRENT, HENRY BRANDON

Maquette de A. SEDROWSKI

UNIVERSAL-FILM S. A.

distributeur de

UNIVERSAL PICTURES

Siège Social et Agence de Paris :

33, Champs-Élysées (8e)

Téléphone : Balzac 17-50 et la suite
Ch. Postaux 634-73

Bordeaux, 8, Rue Franklin
Téléphone 84-771
Ch, Postaux 283-43

Lille, 56, Rue Faidherbe
Téléphone 548-27
Ch. Postaux 234-55

Lyon, 17, Rue Childebert
Téléphone Franklin 09-77
Ch. Postaux 177-29

Marseille, 62, Boulevard Longchamp
Téléphone National 56-50
Ch. Postaux 58-55

Strasbourg, 6, Rue de Wissembourg
Téléphone 88-76
Ch. Postaux 192-81

Alger, 27, Rue Hoche Tél. 697-15
Ch. Postaux 246-76

L'avez-vous déjà goûtée ?
PHILIP MORRIS

DÉPLIANTS RÉGIONAUX S N C F

JURA
FRANCHE COMTÉ

SOCIÉTÉ NATIONALE DES CHEMINS DE FER FRANÇAIS

CANNES
HOTEL CARLTON
renommée mondiale
PIERRE
M. ROY.

MONTE CARLO

en route...

TRIMESTRIEL — 3ème ANNÉE — N° 3 OCTOBRE 1936

Élégance
Goodrich-Colombes

HUILE
RENAULT
FRIGI
SPORT
FRIGI-SPORT
LA "SPÉCIALE" SPORT D'HIVER
SOCIÉTÉ ANONYME DES HUILES RENAULT

ROULER EN *voiture étrangère* C'EST ...

CONDAMNER L'OUVRIER FRANÇAIS

AU CHÔMAGE

ACTION POUR LA PROSPÉRITÉ FRANÇAISE. 254 RUE DE VAUGIRARD PARIS - XV'

MARIE-CLAIRE

Prix : 1 Fr. 75
N° 90 - 18 Novembre 1938

Les Jeunes Filles

elle ne bouge pas !

"Tirer sur sa gaine", quel geste disgracieux ! Pourquoi risquer ainsi les sourires des hommes, quand, avec une gaine SCANDALE, vous n'avez rien à craindre. Etudiée spécialement pour suivre les mouvements du corps, elle s'adapte si étroitement aux hanches, elle épouse si fidèlement la taille que, parfaitement invisible, jamais elle ne bouge. Une fois mise, vous l'oubliez.

La gaine SCANDALE est étudiée spécialement pour répondre aux exigences, aussi bien de l'élégance que de la santé féminines. Son tissage spécial, lui permet en effet d'être souple et ferme tout à la fois. Sans provoquer la moindre gêne, par le jeu naturel de ses fils, par l'élasticité de son tulle garanti, elle joue le rôle d'un muscle supplémentaire, reprenant toujours sa position naturelle, quelque soit le mouvement exécuté.

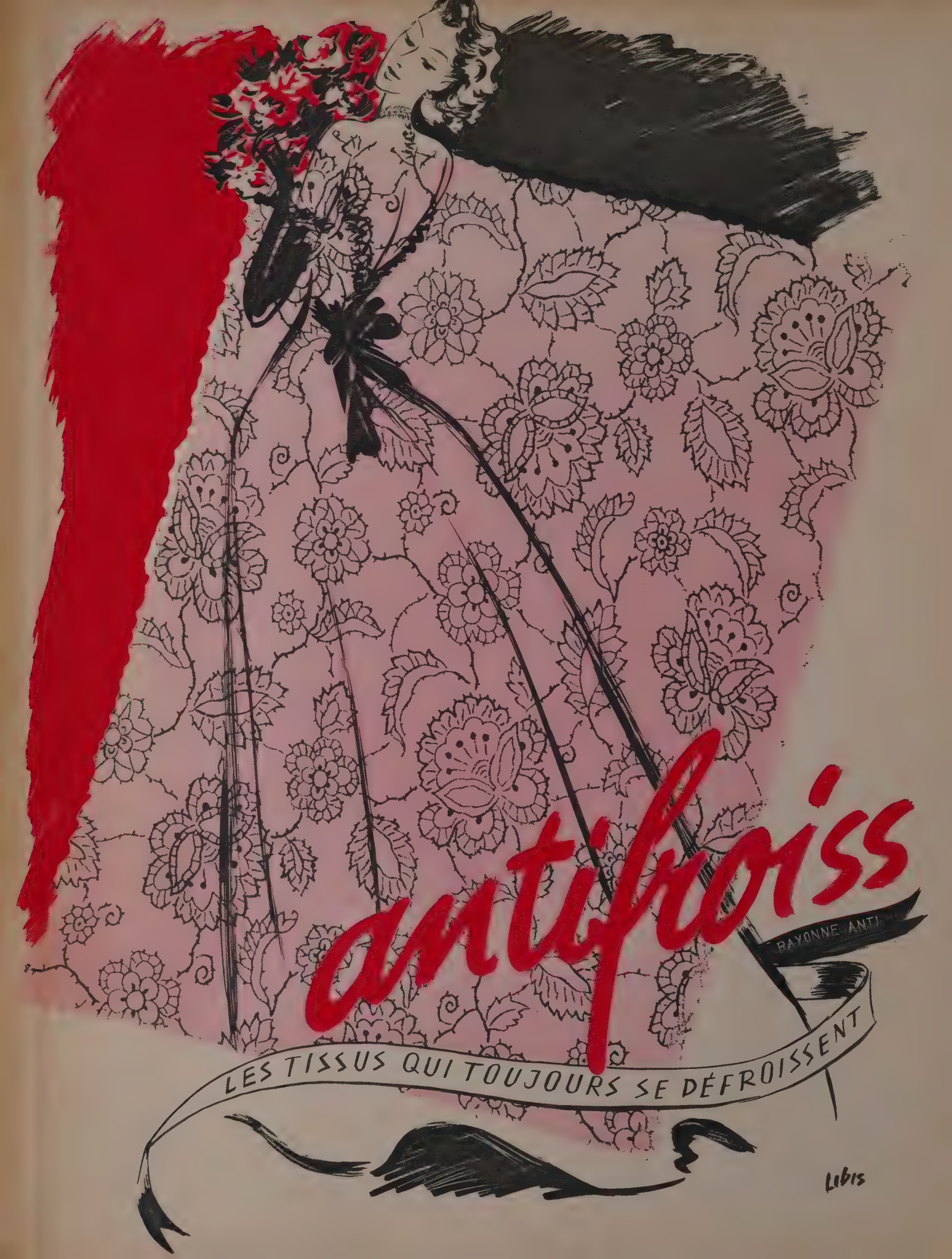
Ecoutez le Dimanche, à 20 heures 15, au Poste Parisien et le vendredi à 20 heures 30 à Radio Toulouse, l'orchestre SCANDALE (Direction Jacques HELLIAN) dans sa demi-heure de musique fantaisiste.

SCANDALE

PARIS : 26, Rue Vignon ; 73, Faubourg Saint-Honoré ; 36 bis, Avenue de l'Opera ; 17, Boulevard Raspail — LYON : 7, Rue de la République. — MARSEILLE : 11, Rue de la Darse. — NICE : 1, Rue du Maréchal Pétain. — BRUXELLES : 101, Rue de Namur. — LONDRES : 81, Great Portland Street. — TURIN : 237, Corso Vittorio Emanuele II. BEYROUTH, Souk Tawile CHEZ LES BONNES CORSETIERES ET DANS LES GRANDS MAGASINS.

LA GAINE EN TULLE GARANTI

Jeunesse...
OUVENCE
DE
L'ABBÉ SOURY
Montebello
LE FLACON : 12 FR. 75

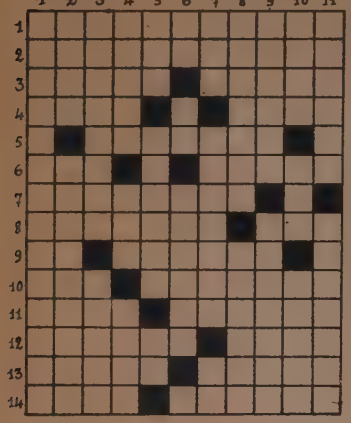

antifroiss
RAYONNE ANTI
LES TISSUS QUI TOUJOURS SE DÉFROISSENT
Libis

Mauvaise circulation du Sang ?
TEINT GRIS
bonne circulation...
DES COULEURS !
avec la
JOUVENCE DE L'ABBÉ SOURY
Montebello

MOTS CROISÉS

★

VOIR LA SOLUTION DANS NOTRE PROCHAIN NUMERO



HORIZONTALEMENT. — 1. Les gourmands goûtent celles de toutes les villes. — 2. Bien doué du point de vue de l'esprit. — 3. Prison. Greffée. — 4. Fait du tort. Il perfectionna les becs à gaz. — 5. Moyen de se cultiver. — 6. Elle a des doigts très habiles. Demeure. — 7. Dangers flottants. — 8. Cavalier russe. Effet du froid. — 9. Espace de temps. S'écoule presque insensiblement. — 10. De bonne heure. Accumule. — 11. Ministre du culte musulman. Il soutient les roues. — 12. Digne d'un homme. Te rends utile. — 13. Mise à l'épreuve. Il est cassant. — 14. Evêché. Fatiguées.

VERTICALEMENT. — 1. Qui marquent clairement un sens. — 2. Il donne du confort à l'auto. Mis de côté. — 3. Les nuits le sont quand il n'y a pas de nuages. Cou-de-pied. — 4. Notre ancêtre. Vil. Ne reconnus pas. — 5. On n'y va pas à pied. Mode de paiement. Mesure. — 6. Note renversée. Conjonction. Qui n'a plus rien. — 7. Au fond du tonneau. Qui ne souffrent pas de retard. Convient. — 8. Tout à fait ignorants. Pour prendre une infusion. — 9. Obstinées. Estomacs d'oiseaux. — 10. Héros asiatique. Envoie dans l'autre monde. Contracte. — 11. Auteur du *Voyage sentimental*. Machines agricoles.

MOTS CROISES

SOLUTION DU NUMERO PRECEDENT

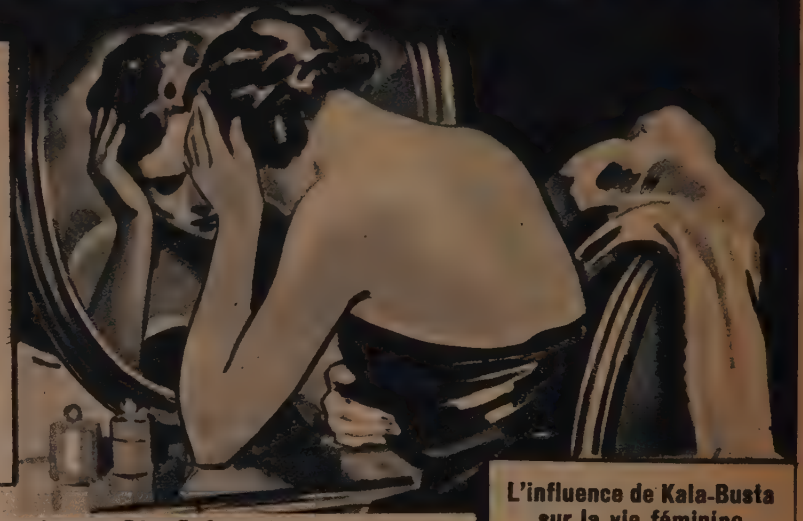
★

M	A	G	A	S	I	N	S	■	D	I	
O	R	I	G	I	N	A	I	R	E	S	
N	I	E	R	■	G	■	S	I	L	O	
D	E	■	A	I	R	S	■	V	A	L	
A	T	T	I	R	A	■	A	I	S	E	
I	T	E	R	A	T	I	V	E	S	■	
N	E	■	E	■	I	B	E	R	E	S	
E	■	P	■	E	T	A	L	E	■	T	
■	B	I	G	O	U	D	I	■	S	A	
D	E	P	E	N	D	A	N	C	E	S	
O	T	E	R	■	E	N	E	R	V	E	
C	A	L	O	T	■	■	■	E	R	S	
T	■	E	M	I	N	E	N	T	E	■	
E	S	T	E	R	■	T	I	E	R	S	

C'est par le BUSTE qu'on vieillit le plus vite

La fermeté des SEINS est une question de SOINS

La femme a l'âge de ses seins. Aussitôt que la gorge a perdu sa rondeur, sa grâce et sa fermeté, la vie sentimentale est finie, le bonheur conjugal est menacé. Vous cessez d'être attrayante et désirable. Le charme du visage lui-même subit le contre-coup de cette fatale déchéance.



★

Déchéance irrémédiable jusqu'ici, aujourd'hui sans excuse.

CHEZ la jeune fille, la fermeté des seins est maintenue par la surabondance de vie qui assure leur développement. Mais une fois la formation terminée, aucune femme ne peut échapper au relâchement des tissus glandulaire, adipeux et conjonctif, dont les seins sont presque uniquement constitués. Leur propre poids, désormais inerte, entraîne leur chute et leur décadence.

Comment agit Kala-Busta

Il a fallu, pour vaincre cette fatalité, découvrir, avec la Naxolithe, le secret de prolonger indéfiniment la vie des seins en leur fournissant un aliment régénérateur, assimilable à travers la peau.

Le lait Kala-Busta apporte aux tissus glandulaire, adipeux et conjonctif leur ration quotidienne de Naxolithe. Il ranime au fur et à mesure l'élan vital qui a continuelle tendance à se ralentir, comme la nourriture entretient les forces de l'organisme et compense leur déperdition journalière.

L'action de Kala-Busta est immédiate, progressive, continue.

Dès la première application, un flot de bien-être parcourt votre poitrine. Vous constatez instantanément qu'elle se raffermit. Vous voyez votre buste prendre forme et s'embellir. Ses proportions s'équilibrent chaque jour davantage.

Avant 15 jours vous êtes fière de votre buste. Votre énergie se renouvelle. Un regain de jeunesse vous rend l'orgueil de vous-même. Vous n'éprouvez plus de gêne, plus d'humiliation. De nouveau votre silhouette inspire de l'envie et de l'admiration.

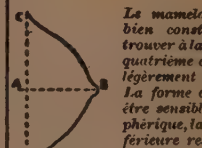
L'influence de Kala-Busta sur la vie féminine proprement dite.

Du fait que les glandes mammaires sont en relation physiologique avec les organes féminins profonds, l'action tonique que le lait Kala-Busta exerce sur les tissus des seins a des répercussions immédiates et salutaires sur la vie intime de la femme.

C'est pourquoi, en vous servant régulièrement du lait Kala-Busta, non seulement vous avez la joie de voir votre buste se raffermir et s'embellir, mais vous éprouvez en outre un rayonnement intérieur, un débordement d'optimisme et de jeunesse, un sentiment de plénitude vitale.

Tous les nuages qui obscurcissent votre existence sentimentale se dissipent. Vous êtes sûre de votre charme et vous portez le bonheur en vous.

★



Le mamelon d'un sein bien constitué doit se trouver à la hauteur de la quatrième côte et pointer légèrement vers le haut. La forme des seins doit être sensiblement hémisphérique, la convexité inférieure restant un peu plus accentuée que la courbe du dessus.

Faites cet essai sans engagement.

Ce soir, avant de vous coucher, faites connaissance avec le lait Kala-Busta. Son usage est déjà un plaisir. Si, dans les huit jours, vous n'éprouvez pas d'amélioration sensible, vous avez le droit de retourner le flacon entamé et nous vous rembourserons. **L'essai ne vous aura rien coûté.**

Si, par suite du succès croissant de Kala-Busta, votre fournisseur en manque, découpez le Bon ci-dessous ou copiez-le. Ne remettez pas à demain. Envoyez-le aujourd'hui même.

LAIT SCIENTIFIQUE D'USAGE EXTERNE sans drogues, ni toxiques le flacon : 28 frs. pour un mois. Pharmaciens, Parfumeurs, Herboristes.

Kala-Busta

à base de NAXOLITHE (NAΞO-ΛIΘ)

GORGE IDÉALE = BEAUTÉ TOTALE

Aux Laboratoires Naxolithe
43-45, Rue de Romainville
Montreuil-Seine

BON 10

A titre d'essai, veuillez m'envoyer par retour du courrier, sans signes extérieurs, franco domicile, un flacon de Kala-Busta pour un mois. Si je vous le retourne dans les 8 jours, vous me rembourserez intégralement.

☐ Ci-inclus mandat de 28 frs. ☐ Contre remboursement de 30 frs.

Noircir l'un des carrés.

Mme Mlle .....

Rue ..... N° .....

à ..... Dépt .....

Pour la Belgique, adressez ce BON à la S. A. de Droguerie, 112, Rue des Palais, Bruxelles.

P. 1016 k.

E. DESFOSSES-NEOGRAVURE, Imp., Paris. IMPRIMÉ EN FRANCE Le Gérant : H. DESPLANQUES R. C. Seine 251.795 B

Pas un nuage à l'horizon...

L'optimisme, meilleure garantie de bonheur, est une question de santé. Lorsque le rythme de votre organisme est en parfait équilibre, vous voyez la vie du bon côté. Cet équilibre sanguin et nerveux, base de la santé féminine, vous l'obtiendrez à tout âge en faisant la simple et agréable cure de

JOUVENCE DE L'ABBÉ SOURY

C'EST LE SALUT DE LA FEMME
AUCUN AUTRE PRODUIT NE PEUT LA REMPLACER

Pour la PEAU du VISAGE

et du CORPS

MIA-HOL

MIA-HOL

Préparé par les
Laboratoires du Lactéol

J'ai essayé Mia-Hol et j'en prise sans hésiter la décision de l'adopter. Montrez mes amis, je dis Mia-Hol, c'est le secret de la jeunesse éternelle. Ce produit qui procure une agréable sensation dès l'application vous donne une peau satinée et délicatement colorée dès l'usage des premières ampoules. Il est parfaitement exact que l'on voit la vie naître de nouveau et s'épanouir dans un épiderme fatigué pour les nombreux produits qui lui infligent les caprices de la mode.

Je suis enchantée de votre produit : ça fait merveille, j'avais la peau grasse et des boutons, après l'usage de vos quatre ampoules ma peau est déjà moins grasse et mes boutons disparaissent.

Je compte donc sur vous pour un peu cet envoi par retour afin de pouvoir continuer le traitement de ce merveilleux produit.

Merci de vos conseils, je constate une grande amélioration de ma peau et de mon teint.

Mia-Hol, je possède un teint de neige très fragile, et qui sous l'effet des soucis et de fatigues s'était quelque peu altéré, après deux ampoules j'ai constaté un changement étonnant, et maintenant est redevenu très vite velouté ferme et rose, vous avez donc droit à la reconnaissance de toutes les femmes et à la mienne en particulier.

Je suis absolument satisfaite de Mia-Hol, au delà même de ce que je pouvais espérer. Grâce à ce produit ma peau qui est d'une sensibilité extrême est devenue d'une telle douceur, très douce au toucher, ferme et nette. Mia-Hol a redonné une vie nouvelle à mon épiderme et à rendu à ma peau un éclat que je ne lui connaissais pas depuis longtemps.

Ma peau toujours très sèche est maintenant douce et fraîche c'est tout simplement une merveille

Pourquoi le MIA-HOL donne-t-il des résultats aussi satisfaisants ?

C'est qu'il ne contient ***rien de nocif*** pour la peau, pas d'*alcool*, pas de *parfum*, pas de *produits chimiques*.

Il ne contient que des *substances naturelles* animales et végétales, riches en principes *vivifiants et régénérateurs*.

Essayez-le aussi

Belgique : 4 timbres à 0 fr. 70, NOEL, 32, Rue Van Schoor Bruxelles 3
Suisse : 4 timbres à 0 fr. 10, UHLMANN-EYRAUD, 30, Bd de la Cluse, Genève

BON pour 3 ampoules **MIA-HOL** (valeur 5 francs)
à envoyer avec 4 timbres à 0,65, au Dr **BOUCARD** 30, rue Singer, Paris-16e
Nom : .....
Adresse :

EN VENTE DANS TOUTES LES PHARMACIES

Le Gérant : H. DESPLANQUES
R. C. Seine 251.795 B

IMPRIMÉ EN FRANCE

E. DESFOSSÉS-NEOGRAVURE, Imp., Paris

La constipation est due à plusieurs causes suivant votre tempérament. Tantôt le foie fonctionne mal, tantôt l'intestin est paresseux, chez d'autres c'est l'estomac... Or le succès du Thé des Familles est dû à ce fait que c'est un mélange de 18 plantes différentes : 4 agissent sur le foie, 3 agissent sur l'estomac, et régularisent la digestion, 5 plantes réveillent l'intestin et 6 plantes calmantes et aromatiques donnent au Thé des Familles son goût délicieux. Aussi quelle que soit la cause de votre constipation le Thé des Familles est certain de vous en délivrer.

Neurasthéniques, découragés, torturés, constipés, votre vie peut changer aujourd'hui. Prenez chaque soir une tasse de cette délicieuse tisane, c'est un mélange aromatique de 18 plantes qui active la digestion, dégonfle l'estomac, décongestionne le foie et nettoie votre intestin.

Une tasse de Thé des Familles après le repas, c'est respirer tout le parfum de la campagne et boire les sucs de plantes que réclame votre sang. Le Thé des Familles permet de bien dormir. Votre pharmacien vend la grande boite 6 fr. 50 seulement.

DESFOSSÉS-NÉOGRAVURE, Imp., Paris.

Le Gérant : Raymond DEBRUGES.
R. C. Seine 251.795 B.

GEORGES LANG, Imp., Paris.

NOS PATRONS MARIE-CLAIRE

PATRONS TOUT FAITS

Dans les quarante-huit heures, nous pouvons vous expédier des patrons tout faits (taille 44), des modèles 184, 190, 193, 194, 203, 204, parus aux pages 40 et 41, au prix de 4 fr. 50 la pochette.

Expédition contre 4 fr. 50 plus 1 franc pour le port, en timbres ou mandat-poste.

Nos patrons se trouvent en vente aux adresses suivantes :

PARIS : *Marie-Claire*, 25, r. Aboukir.
Galeries Lafayette.
Bon Marché.
Printemps.
Louvre.
Trois Quartiers.
Franck et Fils.
Magasins Réunis.
MARSEILLE : Dames de France.
Au Paradis des Dames.
LYON : Aux Cordeliers.
Aux Deux Passages.
BORDEAUX : Dames de France.
Au Printemps.
Nercam, rue Sainte-Catherine.
NICE : Galeries Lafayette.
A la Riviera.
LILLE : Au Printemps.
P'tit Quinquin, 35, rue Hôpital-Militaire.
TOULOUSE : Au Capitole.
Au Bon Marché de Paris-Toulouse.
SAINT-ETIENNE : Jouvet, 12, rue Michel-Roudet.
NANTES : Lajeunesse Marx.
Fernand.
Blin, 10, rue Contrescarpe.
STRASBOURG : Magmod.
LE HAVRE : Printemps.
Duval, 23, rue d'Ingouville.
Dufetelle, 36, rue Thiers.
TOULON : Dames de France.
Daubœuf, 60, rue Jean-Jaurès.
ROUEN : Au Printemps.
NANCY : Magasins Réunis.
Manufacture Lorraine, r. Saint-Dizier.
ROUBAIX : Loucheur Frères.
Dommartin, 206, rue de Lille.
REIMS : Magasins Modernes.
Aux Fabriques Françaises.
DIJON : Aux Elégantes, 79, rue de de la Liberté.
Thro et Oudebert, 62, rue de la Liberté.
ALGER : Galeries de France.
Aux Deux Magots, 12, rue Bab-Azoum.
Raymond, 2, rue Mogador.
BRUXELLES : Au Bon Marché.

La liste complète de nos dépositaires paraîtra dans un prochain numéro.

★

PATRONS SUR MESURES

Dans un délai de cinq jours, nous pouvons vous fournir des patrons sur mesures, de tous les modèles parus dans *Marie-Claire*, sauf ceux signés de couturiers.

Expédition contre le montant en timbres ou mandat-poste, accompagné des mesures exactes. (Joindre 1 franc de supplément pour frais d'envoi.)

★

COMMENT PRENDRE VOS MESURES

Carrure devant : *d'un bras à l'autre, au-dessus de la poitrine.* — Carrure dos : *largeur d'épaules, d'un bras à l'autre.* — Tour de poitrine : *tour complet en passant sous les bras et sur la poitrine, à l'endroit le plus saillant.* — Tour de taille : *tour complet, juste à la taille.* — Haut des hanches : *tour complet pris à environ 12 cent. de la taille.* — Bas des hanches : *tour complet, pris à l'endroit le plus saillant.* — Longueur de taille devant : *de la naissance de l'épaule (à la base du cou) à la taille, en passant sur la poitrine, à l'endroit le plus saillant.* — Longueur de taille dans le dos : *de la naissance de l'épaule à la taille, en passant sur l'omoplate à l'endroit le plus saillant.* — Longueur de la jupe devant : *de la taille jusqu'au bas de jupe devant (environ à 30 cent. de terre, pour les robes de ville).* — Longueur de jupe sur le côté : *de la taille au bas de la jupe en passant sur la hanche.* — Longueur de jupe derrière : *de la taille au bas de la jupe.* — Longueur extérieure de manche : *le bras plié, de la saillie de l'épaule au poignet.* — Longueur intérieure de la manche : *le bras tendu, du dessous de bras au poignet.* — Tour du bras : *à l'endroit le plus fort du bras.* — Tour de poignet. Pour toute commande de patron sur mesures, prière d'envoyer les mesures exactes prises comme indiqué ci-dessus.

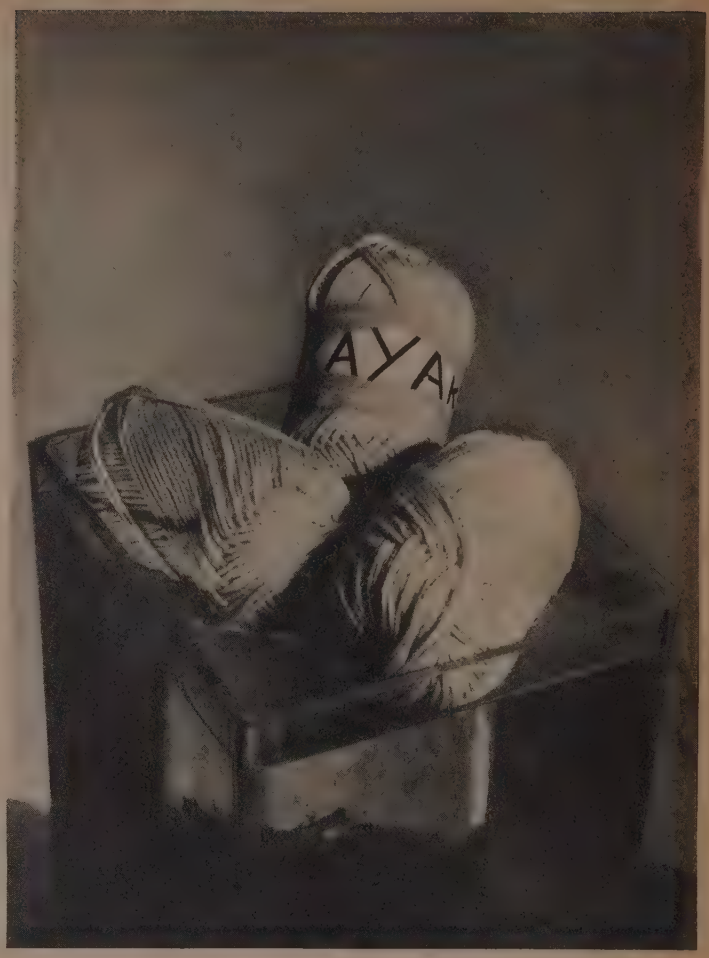
★

TARIF DES PATRONS SUR MESURES

Robe, manteau, trois-quarts, jaquette longue, cape, pyjama, déshabillé	11 »
Jaquette, veste, tunique	9 »
Robe du soir, mariée, cérémonie, travestis	13 »
Tailleur, costume ski	13 50
Ensemble (robe et jaquette)	16 »
Blouse, gilets, jupe, jupe-culotte, tabliers sans manches	5 50
Boléro, petite cape, gilet, liseuse	5 »
Peignoir, chemise nuit, combin., tabliers avec manches	6 50
Chemise de jour, pantalon, soutien-gorge	5 »
Cols, manches et autres petits accessoires	4 »
ENFANTS DE 5 A 14 ANS	
Robe, manteau, pyjama, costume garçonnet	6 50
Blouse, jupe, veste, culotte, tablier	4 »
JUSQU'A 5 ANS	
Robe, manteau, pyjama, costume garçonnet	5 »
Blouse, jupe veste, culotte tablier	3 »

Donner les mesures très complètes, même pour les enfants.
SUPPLEMENT DE 10 FR. POUR PATRONS MOUSSELINE

IMPRIMÉ EN FRANCE



La femme moderne préfère... Camélia !

...Pourquoi ? Parce que cette nouvelle serviette hygiénique permet tous les déplacements, la pratique de tous les sports, la danse, le port de la robe la plus légère et la plus ajustée dans une sécurité totale. Elle atténue considérablement la gêne et l'ennui des jours critiques, connus de toutes les femmes. En fait, c'est une réforme idéale dans l'hygiène de la femme.

Fabriquée en France, cette serviette est composée de nombreuses épaisseurs de l'ouate la plus fine et la plus moelleuse, — produite d'un tissu cellulaire spécial —, douée d'un pouvoir très absorbant. Elle est douce, souple, aux bords arrondis. Aucun souci, même avec la robe la plus légère. Protège le linge. Destruction facile et discrète. Suppression du lavage.

La ceinture Camélia est d'un port très agréable. Sa fermeture de sûreté vous donne toute quiétude.

Mesdames, un bon conseil, exigez bien Camélia, le paquet bleu portant la « Dame aux Camélias » et refusez tout autre marque de remplacement, **car seul Camélia est Camélia.**

Camelia +

Sous gaze
Normale (*boîte de 10*). 12.
Voyage (*5 comprimés*). 10.

Sous filet
Spéciale (*boîte de 5*). 4.50
Record (*boîte de 10*). 8.

La nouvelle serviette hygiénique idéale

En vente dans toutes les bonnes Maisons. Si votre fournisseur en manquait, adressez-vous aux Produits Camélia, 161, av. Ledru-Rollin, Paris, qui vous indiqueront où vous pourrez vous en procurer.

Si la plage est déserte...

... vous n'offensez personne;
si des yeux vous contemplent,
n'inspirez pas pitié, adoptez
KESTOS et vous serez enviée...

Les Maillots et Ensembles KESTOS
sont en vente partout à prix imposés.
Documentation sur demande.

KESTOS

Pour le Gros : France et Colonies, Suisse - **LIBRON & Cie, 54, Avenue de Clichy, PARIS**

Belgique et Luxembourg - **Louis BAROEN & Cie, 5 à 9, Rue Gustave Schildknecht, BRUXELLES**

LES PATRONS MARIE-CLAIRE

Nouvelle adresse : 10, RUE DE ROME (8e)

(Angle de la rue de l'Isly.)

Magasins ouverts de 9 heures 30 à 19 heures. Fermés le lundi matin jusqu'à 14 heures.

A toutes nos lectrices, nous pouvons fournir les patrons sur mesures de tous les modèles parus dans « Marie-Claire », sauf ceux signés par les couturiers.

Seuls les modèles ayant un numéro supérieur à 100 existent en patrons tout faits.

★ Nos **PATRONS TOUT FAITS** correspondent à une taille 44 mais portent toutes les indications pour être transformés en taille 42 ou 46.

TARIF DES PATRONS TOUT FAITS, la pochette 5 50

★ Pour les **PATRONS SUR MESURES**, il est indispensable de donner les mesures très complètes, même pour les enfants.

MANIERE DE PRENDRE LES MESURES : Carrure devant (d'une emmanchure à l'autre) — Carrure dos — Tour de poitrine — Tour de taille — Haut des hanches (environ à 12 cm. de la taille) — Bas des hanches — Long. taille dev. (de l'épaule à la taille) — Long. taille dos (de la nuque à la taille) — Long. d'épaule — Long. de jupe devant, côté, dos — Long. extér. manche (bras plié) — Long. intér. manche (bras tendu, du dessous de bras au poignet) — Tour de bras — Tour de poignet.

TARIFS :

Robe, manteau, trois-quarts, jaquette longue, cape, pyjama, déshabillé	16 »	Chemise de jour, pantalon, soutien-gorge	7 »
Jaquette, veste, tunique	12 »	Cols, manches et autres petits accessoires	6 »
Robe du soir, mariée, cérémonie, travestis	16 »	ENFANTS DE 5 A 14 ANS	
Tailleur, costume de ski	18 »	Robe, manteau, pyjama, costume garçonnet	8 »
Ensemble (robe et jaquette)	20 »	Blouse, jupe, veste, culotte, tablier.	5 »
Blouse, gilet, jupe, jupe-culotte, tabliers sans manches	9 »	JUSQU'A 5 ANS	
Boléro, petite cape, gilet, liseuse	8 »	Robe, manteau, pyjama, costume garçonnet	6 »
Chemise de nuit, combinaison, peignoir, tablier avec manches	11 »	Blouse, jupe, veste, culotte, tablier.	4 »

SUPPLEMENT DE 10 FRANCS POUR PATRONS MOUSSELINE
SUPPLEMENT DE 1 FR. 30 POUR FRAIS D'ENVOI

Aucun envoi n'étant fait contre remboursement, joignez à votre lettre de commande (nous indiquant le n° du patron tout fait ou vos mesures exactes), le montant de votre commande de préférence en mandat-poste en précisant bien « Service de Patrons ». Chèques postaux : Paris 2231-05.

Nos patrons se trouvent également en vente dans toutes les bonnes maisons.

TARIFS D'ABONNEMENTS A MARIE-CLAIRE

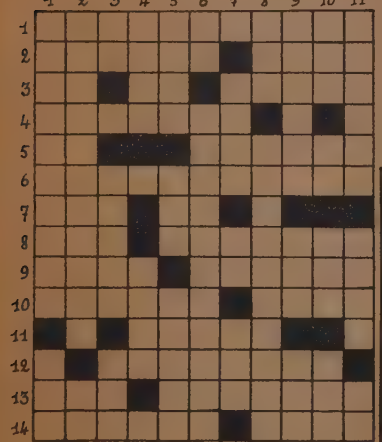
		3 mois	6 mois	Un an
FRANCE ET COLONIES		22. »	43. »	84. »
ETRANGER	1° Pays exigeant le plein tarif	45. »	85. »	162. »
	2° Pays accordant 50 0/0 de réduction sur tarif « imprimés »	34. »	64. »	121. »
	3° Pays accordant plus de 50 0/0 de réduction	32.50	61. »	115. »

ABONNEMENTS-POSTE INTERNATIONAUX, CHANGEMENTS D'ADRESSE, REGLEMENTS : voir détails au sommaire, page 3.
COMPTE CHEQUES POSTAUX : PARIS 2084-67.

MOTS CROISÉS

★

VOIR LA SOLUTION DANS NOTRE PROCHAIN NUMERO



HORIZONTALEMENT. — 1. Qui choquent l'oreille. 2. Soulèvement - Sujet de l'empire turc non musulman. 3. Possessif - Note - Qui a droit à tous les respects. 4. Anthropophage. 5. D'un verbe gai - Il doit savoir manier les brosses avec dextérité. 6. Adversaire. 7. Pas clerc - Pronom. 8. D'une formule de visa - Contrée de France très giboyeuse. 9. Se dit à de très hauts personnages - Souvent servi à des invités. 10. Dont tout le bouquet s'est évanoui - Elle est souvent plus efficace que la violence. 11. Réprimande. 12. Blouse arabe. 13. Relève la cuisine méridionale - Enivrant. 14. Il vécut sur une île déserte - Indispensable à l'ajusteur.

VERTICALEMENT. — 1. Décourage - Pillage. 2. Un peu trop soumise à la folle du logis - Terminaison d'infinitif. 3. Pronom - Coiffure - Pour prendre les oiseaux vivants. 4. Traitement - Greffa. 5. Enlevés - Reposes - Danse. 6. Note - Mille-pattes. 7. Partie interne - Saint - Silencieux. 8. Oiseau - Sans réplique. 9. Ingénues - Matière collante - On le voit à l'Opéra. 10. Soutient un tonneau - Note - Au monde - Recueil de bons mots. 11. Ecrit mordant - Ils sont généralement chauds - Son emploi marque la familiarité.

MOTS CROISES

SOLUTION DU NUMERO PRECEDENT

T	E	N	T	A	T	I	O	N	S	■
O	R	A	I	S	O	N	■	O	I	L
I	R	I	S	■	L	■	E	T	■	A
L	A	N	S	Q	U	E	N	E	T	S
E	T	■	A	U	■	A	C	R	E	S
T	A	N	G	O	■	U	R	■	N	E
T	■	A	E	R	E	■	E	■	T	E
E	P	I	■	U	■	E	U	D	E	S
■	A	S	Y	M	E	T	R	I	E	■
M	U	S	A	■	M	I	■	G	■	G
A	■	A	O	R	I	S	T	E	■	A
M	E	N	U	I	S	I	E	R	■	F
A	N	C	R	E	■	E	T	E	V	F
N	■	E	T	N	A	■	E	R	R	E

ILS ETAIENT TROIS ET TROIS

(*Suite de la page 19*)

— C'est bien vrai, dit Françoise, mais il y a aussi les petits sentiers qui s'en échappent : le sentier du rêve qui va vers du bleu et qui ne l'atteint jamais ; celui de la paresse qui flâne entre des tapis de mousses et des tentures de lianes ; celui de la fantaisie qui fait tant de détours qu'on s'y sent comme un peu ivre...

— L'heure, dit Wolfram, n'est pas aux rêveurs, aux paresseux, aux gens de fantaisie ; elle est aux réalistes, aux forts.

— Oui, dit Jeanne, mais elle est également à ceux qui sont à la fois des rêveurs et des forts.

Josef et Friedrich étaient de son avis et tout le monde, sauf Wolfram, affirma que la force pouvait s'appuyer sur le rêve comme les nénuphars de l'Indre s'appuyaient sur l'eau fuyante de la rivière.

— Comme c'est agréable de se sentir d'accord sur tout ! disaient les jeunes filles.

Il semblait que rien ne séparât ces cœurs de vingt ans, ni les problèmes de la politique, ni les desseins de l'histoire. L'heure était ce qu'elle était, belle à vivre, douce à goûter, une heure entre toutes les heures du temps.

Dans la joie d'une si sereine entente, on décida de poursuivre à six la route qu'on avait entreprise à trois et trois. On se sentait les maîtres d'un univers où rien ne pouvait opposer les êtres humains à d'autres êtres humains ; on foulait d'un même pas un sol de même grain ; on donnait des noms aux fleurs, aux arbres, aux oiseaux ; on s'étonnait qu'une marguerite de France eût le même cœur d'or et la même collerette qu'une marguerite d'Allemagne ; on ramassait des prunes tombées de l'arbre et l'on était d'accord que les craquelées l'emportaient sur les intactes.

Vers le soir on atteignit Loches : c'est une des villes les plus ravissantes de France. On la visita. Et l'on gagna la forêt voisine pour y camper.

C'était l'instant où tout ce qui craint la méchanceté des hommes s'éveille et prend ses aises, où les lapins s'en vont danser sur la bruyère, où les biches se glissent hors des halliers en quête d'herbe fraîche.

L'endroit choisi pour le campement s'étendait à la lisière d'une futaie de chênes. Là finissait l'empire des arbres, le lieu des ombres et du silence ; là commençait le royaume des fleurs avec ses parfums de luzerne et le concert de grelots de son peuple de grillons.

Les jeunes filles dressèrent leurs tentes au clair des étoiles ; les jeunes gens s'installèrent sous un groupe de chênes, en forêt. On se réunit pour souper ; on partagea des conserves et des fruits. Et comme on était las, chacun dans la nuit gagna sa tente et bientôt s'endormit.

C'est alors que les choses se mirent à parler autour de Wolfram, Friedrich et Josef.

D'abord les brins de mousse chantèrent une chanson de leur manière où il était question du plaisir qu'il y a d'être mousse et de se contenter d'être mousse sans vouloir être pervenche, églantine ou chèvrefeuille. Le sol, avec une voix grave d'humus, discourut à ravir sur le fier bonheur qu'il éprouvait à nourrir des plantes de toutes races : « Elles sont également chères à mon cœur de sol, disait-il. Elles puisent en moi leur force, leur beauté et l'essence même de leur génie particulier. »

Puis on entendit les feuilles qui parlaient toutes à la fois. Elles faisaient un tel bruit de paroles qu'on n'en pouvait tirer que des morceaux de phrases : « Tout vent est bon qui nous caresse... Vire et volte ! Dansons, dansons, la vie est courte, la vie est belle... De l'ordre, oui, mais désinvolte. Vire et volte, vire et volte ! »

Sous leur tente, Wolfram, Friedrich et Josef ouvraient les yeux, tendaient l'oreille. « Quoi ! murmuraient-ils en eux-mêmes, se contenter d'être mousse... Se réjouir de nourrir des plantes de toutes races... Danser dans l'ordre du désordre... »

A la voix des choses bientôt se joignirent des voix humaines : c'étaient des voix douces et si caressantes qu'on eût dit des mains qui se promenaient sur leur cœur. Wolfram, Josef et Friedrich y reconnurent cet accent de France qui leur avait paru si riche de délices sur les lèvres des jeunes filles.

— Ah ! disaient-elles, ces voix, suivons, suivons le sentier du rêve, il va vers du bleu, il ne l'atteint jamais... Suivons, suivons le sentier de la paresse, il flâne entre des tapis de mousses et des tentures de lianes... Suivons, suivons le sentier de la fantaisie, il fait des détours, on s'y sent un peu ivre...

Chacun sous sa tente, Wolfram, Josef et Friedrich s'étaient agenouillés. Ils soupiraient ; ils balançaient la tête comme pour dire « non ». Maintenant, ils couvraient leurs oreilles de leurs mains, ils refusaient cette musique trop humaine, ils refusaient le bonheur simple offert par les choses, la douceur de vivre chantée par les jeunes filles. Ils se sentaient traqués à la lisière de cette forêt de France, enveloppés de charmes et de sortilèges. Ils étaient perdus s'ils ne fuyaient pas, perdus à leur sombre devoir, perdus à la force, perdus à la dureté du cœur.

Jugend, werde hart ! Dur, il faut être dur !

D'un même mouvement, au même instant, sans bruit et sans un mot, ils abattirent la toile de leur tente, jetèrent leur sac sur leur dos et, sans se retourner vers le sommeil des jeunes filles, ils reprirent d'un pas lent et lourd le chemin vers l'est.

MAURICE BEDEL.

QUE DOIS-JE FAIRE POUR BIEN REUSSIR UN TRICOT ?

(*Suite de la page 49*)

C'est, bien entendu, l'envers du tricot qui se présente au fer et il faut, en repassant, respecter le sens du tricot. S'il s'agit d'un point très en relief, il est nécessaire de garnir la planche d'un molleton très moelleux et, au lieu de faire glisser le fer, de le poser seulement de place en place, pour ne pas écraser le point. Il faut toujours laisser le tricot épinglé sur la planche jusqu'à ce qu'il soit parfaitement refroidi.

ASSEMBLAGE. — Bâtissez tout d'abord les différentes pièces entre elles et essayez. Rectifiez comme s'il s'agissait d'un tissu ordinaire. Faites des pinces. Coupez le tricot en trop si nécessaire. Pour éviter l'effilochage, bordez les intérieurs d'un extra-fort, ou repliez et piquez le bord du tricot. Les coutures faites à la machine, ouvrez-les et aplatissez-les bien au fer.

Au bas des blouses, jupes, jaquettes, fixez un extra-fort par deux rangs de piqûres, pour éviter que le bord ne se déforme. Soutenez également les coutures d'épaules pour empêcher l'emmanchure de tomber.

NOTEZ BIEN QUE : une jupe de tricot doublée de crêpe de Chine reste toujours impeccable : fixez la doublure dans le haut, au gros-grain, et sur les côtés aux coutures; laissez les ourlets libres.

S'il arrive qu'une fois montées les manches accentuent votre maigreur ou le moindre défaut d'omoplates, trichez un peu ! Un léger rembourrage aux épaules rectifiera votre silhouette.

Vos boutonnages doivent toujours être nets et vos garnitures sobres, le tricot ne supportant pas les fantaisies.

IMPRIMÉ EN FRANCE

GEORGES LANG, Imp., Paris.

Le Gérant : H. DESPLANQUES.
R. C. Seine 251.795 B.

DESFOSSÉS-NÉOGRAVURE, Imp., Paris.

Savourez les délicieux jus Libby's OBTENUS DE BEAUX FRUITS GORGÉS DE SOLEIL, ILS VOUS RAFRAICHISSENT ET VOUS FORTIFIENT

Médecins et gourmets seront d'accord pour vous recommander les délicieux jus de fruits Libby's.

Et cela n'a rien d'étonnant. Songez, en effet, que les jus Libby's proviennent de beaux fruits exotiques : ananas, grape fruits, oranges, tomates, loganberries gorgés de soleil et fraîchement cueillis. Le jus, *sitôt exprimé*, est versé dans des boîtes que l'on ferme hermétiquement afin d'isoler leur contenu de tout contact extérieur. Voilà pourquoi les jus Libby's conservent la saveur, l'arôme délicieux et les *propriétés bienfaisantes* des fruits frais.

Il ne faut pas, en effet, oublier ceci : les sommités médicales conseillent vivement les jus de fruits, à cause de leur extraordinaire richesse en sels minéraux et en vitamines A, B, C, si utiles à la santé. Ces qualités, les jus Libby's les possèdent. Ce sont d'excellents aliments fortifiants, toniques. Ils régularisent la digestion, purifient le sang, contribuant ainsi à un équilibre harmonieux de l'organisme.

Comment consommer les jus de fruits Libby's ? Vous pouvez les boire « nature » ou bien vous pouvez les couper d'eau fraîche, naturelle ou gazeuse, ou encore de vin mousseux. Avec eux, vous pouvez faire des cocktails qui vous vaudront des compliments. Et si vous avez une sorbetière, vous ferez des glaces exquises avec les jus Libby's.

N'hésitez pas :

Demandez-les aujourd'hui même à votre fournisseur.

Libby's

LA FAMILLE DE JUS DE FRUITS

Les produits de marque LIBBY'S sont fabriqués aux Etats-Unis par Libby, McNeill and Libby de Chicago ; au Canada, par Libby, McNeill and Libby of Canada Ltd de Chatham.

NOS PATRONS MARIE-CLAIRE

PATRONS TOUT FAITS

Dans les quarante-huit heures, nous pouvons vous expédier des patrons tout faits (taille 44), des modèles 186, 187, 188, 189, 192, 139, parus aux pages 28 et 29, au prix de 4 fr. 50 la pochette.

Expédition contre 4 fr. 50 plus 1 franc pour le port, en timbres ou mandat-poste.

AUCUN ENVOI N'EST FAIT CONTRE REMBOURSEMENT

Nos patrons se trouvent en vente aux adresses suivantes :

PARIS : *Marie-Claire*, 25, r. Aboukir.
Galeries Lafayette.
Bon Marché.
Printemps.
Trois Quartiers.
Louvre.
Franck et Fils.
Tissage Nord et Rhône, place du Marché d'Auteuil.
Desrousseaux, 3, rue Charles-Nodier.
Grise, 104, aven. d'Orléans.

BORDEAUX : Dames de France.
Magasin Familia, pl. Gambetta.
Nercam, rue Sainte-Catherine.

BRUXELLES : Au Bon Marché.

LE HAVRE : La Boule d'Or.
Dufetelle, 36, rue Thiers.
Duval, 23, rue d'Ingouville.

ROUEN : Printania, rue Grosse-Horloge.

LILLE : Printemps, rue Nationale.
P'tit Quinquin, 35, rue Hôpital-Militaire.
Maison de tissus, 16, r. Basse.

MARSEILLE : Paradis des Dames.
Dames de France.
Paris-Nouveauté, 248, boulevard National.

ALGER : Aux Deux Magots, 12, r. Bab-Azoum.
Galeries de France, rue d'Isly.
Raymond, 2, rue Mogador.

AMIENS : A la Belle Indienne.

GRENOBLE : M. C., 7, avenue de la République.

CLERMONT-FERRAND : Aux Villes du Centre.

La liste complète de nos dépositaires paraîtra dans un prochain numéro.

★

PATRONS SUR MESURES

Dans un délai de cinq jours, nous pouvons vous fournir des patrons sur mesures, de tous les modèles parus dans *Marie-Claire*, sauf ceux signés de couturiers.

Expédition contre le montant en timbres ou mandat-poste, accompagné des mesures exactes. (Joindre 1 franc de supplément pour frais d'envoi.)

★

COMMENT PRENDRE VOS MESURES

Carrure devant : *d'un bras à l'autre, au-dessus de la poitrine.* — Carrure dos : *largeur d'épaules, d'un bras à l'autre.* — Tour de poitrine : *tour complet en passant sous les bras et sur la poitrine, à l'endroit le plus saillant.* — Tour de taille : *tour complet, juste à la taille.* — Haut des hanches : *tour complet pris à environ 12 cent. de la taille.* — Bas des hanches : *tour complet, pris à l'endroit le plus saillant.* — Longueur de taille devant : *de la naissance de l'épaule (à la base du cou) à la taille, en passant sur la poitrine, à l'endroit le plus saillant.* — Longueur de taille dans le dos : *de la naissance de l'épaule à la taille, en passant sur l'omoplate à l'endroit le plus saillant.* — Longueur de la jupe devant : *de la taille jusqu'au bas de jupe devant (environ à 30 cent. de terre, pour les robes de ville).* — Longueur de jupe sur le côté : *de la taille au bas de la jupe en passant sur la hanche.* — Longueur de jupe derrière : *de la taille au bas de la jupe.* — Longueur extérieure de manche : *le bras plié, de la saillie de l'épaule au poignet.* — Longueur intérieure de la manche : *le bras tendu, du dessous de bras au poignet.* — Tour du bras : *à l'endroit le plus fort du bras.* — Tour de poignet. Pour toute commande de patron sur mesures, prière d'envoyer les mesures exactes prises comme indiqué ci-dessus.

★

TARIF DES PATRONS SUR MESURES

Robe, manteau, trois-quarts, jaquette longue, cape, pyjama, déshabillé	11 »
Jaquette, veste, tunique	9 »
Robe du soir, mariée, cérémonie, travestis	13 »
Tailleur, costume ski	13 50
Ensemble (robe et jaquette)	16 »
Blouse, gilets, jupe, jupe-culotte, tabliers sans manches	5 50
Boléro, petite cape, gilet, liseuse	5 »
Peignoir, chemise nuit, combin., tabliers avec manches	6 50
Chemise de jour, pantalon, soutien-gorge	5 »
Cols, manches et autres petits accessoires	4 »
ENFANTS DE 5 A 14 ANS	
Robe, manteau, pyjama, costume garçonnet	6 50
Blouse, jupe, veste, culotte, tablier	4 »
JUSQU'A 5 ANS	
Robe, manteau, pyjama, costume garçonnet	5 »
Blouse, jupe, veste, culotte, tablier	3 »

Donner les mesures très complètes, même pour les enfants.
SUPPLEMENT DE 10 FR. POUR PATRONS MOUSSELINE

le Carnet DE MARIE CLAIRE

■ C'ETAIT UNE BETE MAGNIFIQUE

« Un de ces lièvres, Mesdames, comme on en voit rarement... » Et l'histoire se continue avec ses péripéties et ses coups de théâtre.

Mais, cette fois, ce n'est pas dans la salle enfumée de l'auberge qu'a lieu cette conversation, c'est sous de grands arbres dans une ombre fraîche.

N'est-ce pas mieux puisqu'avec un simple réchaud à alcool les repas en plein air sont de vrais petits festins ?

L'alcool à brûler s'achète partout, il brûle sans odeur, sans fumée et sans risque d'explosion.

■ BIJOUX

Plus que jamais la mode est aux bijoux fantaisie. Non pas aux bijoux discrets : ceux que nous aimons cette saison sont volumineux, importants : cabochons, colliers épais, lourds bracelets. Le règne des plaques est fini.

Les pierres de couleurs, mariées aux strass et au cristal de roche, scintillent.

La petite robe sombre devient une robe habillée quand un gros collier éclaire son encolure ou qu'un cabochon aux mille couleurs fixe sa ceinture.

Toutes les femmes aiment les bijoux : puisque ceux-ci sont peu coûteux, c'est le moment de satisfaire ce goût.

■ CONNAISSEZ-VOUS L'IMPERCLIPS ?

C'est une pince de coiffure imperdable, qui maintient les cheveux en ordre parfait, en plein air. C'est une merveille. Réclamez-la à votre coiffeur, grands magasins, parfumeurs. Documentation gratuite: Auguste BONAZ, 21 bis, rue de Châteaudun, Paris.

■ L'ANTIRIDE SOUVERAIN

La gelée qui vitalise l'épiderme, prévient ou fait disparaître toutes les altérations de la peau (rides, coups de soleil, etc.). Grand pot : 25 fr.; pot moyen : 15 fr. L'Antiride Souverain, 172, boul. Berthier, Paris. Tél.: Carnot 85-86.

■ PLUS DE MAQUILLAGE...

« DEMON » crée tons discrets, tendres. « DEMON ETE » des coloris chauds et cuivrés. Ech. 10 fr. à PARFUMEUSE, Valence.

■ SOURIEZ « JEUNE »...

Plus d'or disgracieux dans votre bouche. L'émaillage des dents, dernier progrès, remplace la couronne d'or inesthétique. Des spécialistes ont créé le Centre de Céramique Dentaire, 169, rue de Rennes. Littré 10-00. (Cons. grat.)

■ LE NOUVEAU CATALOGUE « VALROSE »

Confirme la réputation de cette maison pour le bon goût et l'élégance de ses *créations Haute Couture Automne et Hiver 1938. Robes, Manteaux, Tailleurs, Ensembles. Modèles pour le sport, la ville et cérémonies à partir de 150 fr. Chapeaux Haute Mode : 35-50 fr.* Envoi gratuit. VALROSE, 44, Champs-Elysées, PARIS.

■ LA MODE EST AU FEUTRE

Faites teindre à l'échantillon 60. Achetez, transformez votre taupé chez Richard, 148, r. Montmartre.

■ DES LA RENTREE...

hâtez-vous de garnir vos parures de rubans de crêpe de Chine « Aux Trois Pommes de Pins », Bts S.G.D.G. qui s'imposent par leur élégance et la finesse de leurs coloris.

ASSUREZ-VOUS DES VACANCES « CIEL BLEU »

Selon le but de votre voyage ou le temps dont vous disposerez, sachez profiter des avantages que vous offrent : le billet circulaire, le billet de 40 jours, la carte à demi-tarif, la carte d'excursions, le billet combiné fer-autocar, le billet de groupe, le billet de famille, le billet avec transport gratuit de l'auto.

Pour vous documenter, consultez

LES FICHES P.-L.-M.

tous renseignements sur plus de 800 stations.

Elles sont à votre disposition dans les gares, agences et bureaux de tourisme.

ÉCOLES - COURS

● **« LA FEMME PRATIQUE »** COURS DE COUPE, couture, mode. coupe : 18 leçons 195 fr ; Mode : 18 leçons 195 fr. ; **Couture:** 9 leçons 125 fr. 17, r. Constance, Paris (18e).

★

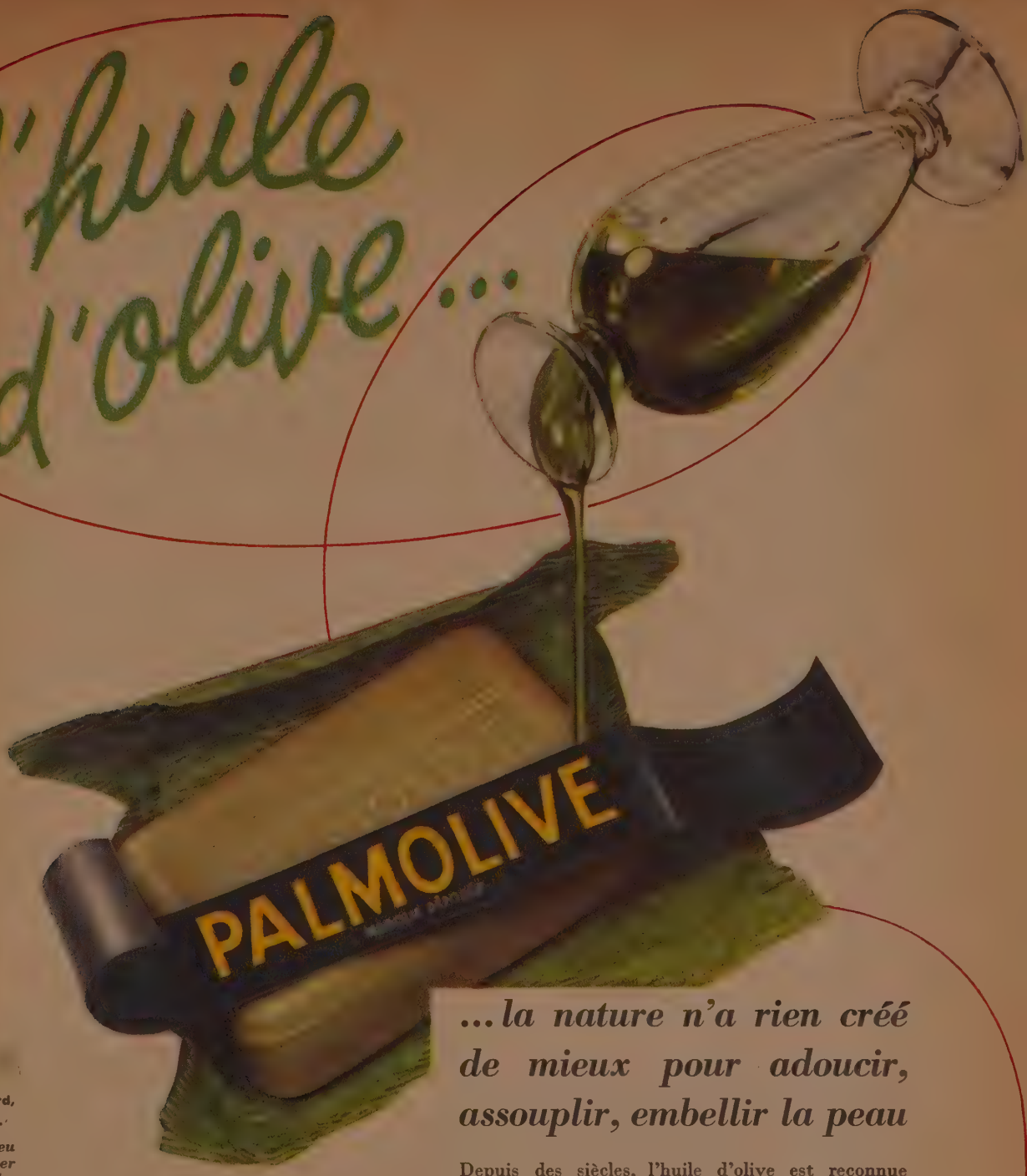
● **LA COMPTABILITE** commerciale est enseignée partout, mais comment ! ! Seul, L'ENSEIGNEMENT DONNE PAR DES PROFESSIONNELS EPROUVES vous permettra de débuter dans la pratique. Dem. progr. gratuit n° 6 à **JAMET-BUFFEREAU**, G. Billiard, expert compt. D.P.L.G., 96, rue de Rivoli, à Paris.

DESFOSSÉS-NÉOGRAVURE, Imp., Paris.

Le Gérant : Raymond DEBRUGES.
R. C. Seine 251.795 B.

GEORGES LANG, Imp., Paris.

l'huile d'olive...



«...HUILE d'OLIVE d'abord, PALMOLIVE ensuite...»

Le Docteur Dafoë a eu raison! Pour baigner les 5 petites Dionne il a ordonné d'abord de l'huile d'olive pure, ensuite Palmolive, le savon à l'huile d'olive.

...la nature n'a rien créé de mieux pour adoucir, assouplir, embellir la peau

Depuis des siècles, l'huile d'olive est reconnue comme le suprême onguent naturel de beauté! Rien, absolument rien, ne possède un tel pouvoir pénétrant, adoucissant et tonifiant. C'est pourquoi les docteurs et les spécialistes recommandent le savon Palmolive, composé d'un secret mélange d'huiles d'olive et de palme. Des millions de femmes ont suivi leur conseil et chaque jour elles s'en félicitent! A votre tour, Madame! Soignez votre beauté! Sauvegardez votre jeunesse! Employez, matin et soir, Palmolive, le savon à l'huile d'olive. Vous serez émerveillée des résultats.

RIEN N'ÉGALE L'HUILE D'OLIVE — VIVE PALMOLIVE!

LES PATRONS MARIE-CLAIRE

Nouvelle adresse : 10, RUE DE ROME, PARIS-8e. — Tél. EUROPE 41-70

(Angle de la rue de l'Isly.)

Magasins ouverts de 9 heures 30 à 19 heures. Fermés le lundi matin jusqu'à 14 heures.

A toutes nos lectrices, nous pouvons fournir les patrons sur mesures de tous les modèles parus dans « Marie-Claire », sauf ceux signés par les couturiers.

Seuls les modèles ayant un numéro supérieur à 100 existent en patrons tout faits.

★ Nos **PATRONS TOUT FAITS** correspondent à une taille 44 mais portent toutes les indications pour être transformés en taille 42 ou 46.

TARIF DES PATRONS TOUT FAITS, la pochette ..... E 50

★ Pour les **PATRONS SUR MESURES**, il est indispensable de donner les mesures très complètes, même pour les enfants.

MANIERE DE PRENDRE LES MESURES : Carrure devant (d'une emmanchure à l'autre) — Carrure dos — Tour de poitrine — Tour de taille — Haut des hanches (environ à 12 cm. de la taille) — Bas des hanches — Long. taille dev. (de l'épaule à la taille) — Long. taille dos (de la nuque à la taille) — Long. d'épaule — Long. de jupe devant, côté, dos — Long. extér. manche (bras plié) — Long. intér. manche (bras tendu, du dessous de bras au poignet) — Tour de bras — Tour de poignet.

TARIFS :

Robe, manteau, trois-quarts, jaquette longue, cape, pyjama, déshabillé	16 »	Chemise de jour, pantalon, soutien-gorge	7 »
Jaquette, veste, tunique	12 »	Cols, manches et autres petits accessoires	6 »
Robe du soir, mariée, cérémonie, travestis	16 »	ENFANTS DE 5 A 14 ANS	
Tailleur, costume de ski.....	18 »	Robe, manteau, pyjama, costume garçonnet	8 »
Ensemble (robe et jaquette).....	20 »	Blouse, jupe, veste, culotte, tablier.	5 »
Blouse, gilet, jupe, jupe-culotte, tabliers sans manches.....	9 »	JUSQU'A 5 ANS	
Boléro, petite cape. gilet, liseuse.	8 »	Robe, manteau, pyjama, costume garçonnet	6 »
Chemise de nuit, combinaison, peignoir, tablier avec manches....	11 »	Blouse, jupe, veste, culotte, tablier.	4 »

SUPPLEMENT DE 10 FRANCS POUR PATRONS MOUSSELINE
SUPPLEMENT DE 1 FR. 30 POUR FRAIS D'ENVOI

Aucun envoi n'étant fait contre remboursement, joignez à votre lettre de commande (nous indiquant le n° du patron tout fait ou vos mesures exactes), le montant de votre commande de préférence en mandat-poste en précisant bien « Service de Patrons ». Chèques postaux : Paris 2231-05.

Nos patrons se trouvent également en vente dans toutes les bonnes maisons.

TARIFS D'ABONNEMENTS A MARIE-CLAIRE

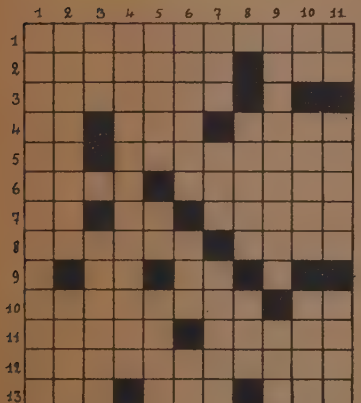
		3 mois	6 mois	Un an
FRANCE ET COLONIES, Princip. de Monaco		22. »	43. »	84. »
ETRANGER	1° Pays exigeant le plein tarif	45. »	85. »	162. »
	2° Pays accordant 50 0/0 de réduction sur tarif « imprimés »	34. »	64. »	121. »
	3° Pays accordant plus de 50 0/0 de réduction	32.50	61. »	115. »

ABONNEMENTS-POSTE INTERNATIONAUX, CHANGEMENTS D'ADRESSE, REGLEMENTS : voir détails au sommaire, page 3.
25, RUE D'ABOUKIR, PARIS - COMPTE CHEQUES POSTAUX 2084-67.

MOTS CROISÉS

★

VOIR LA SOLUTION DANS NOTRE PROCHAIN NUMERO



HORIZONTALEMENT. — 1. Qui offense l'odorat. — 2. Pour la toilette des chevaux ; Posséda. — 3. Emploie. — 4. Note ; Lettre grecque ; Dessin ou dessein. — 5 Donne souvent la main ; Organe qui distille un suc dont naît le miel. — 6. Imite le marbre ; Dresser. — 7. Pronom ; Canton ; Elle régna sur Byzance. — 8. Rendu stupide ; Il put s'enfuir de Troie. — 9. Autrement ; Pronom. — 10. Fruit ; Carte. — 11. Ecrivain nordique ; La bonne est quelquefois difficile à déterminer. — 12. Se montrer assez indiscret. — 13. Banal ; D'une invocation divine ; Coule en Asie. — 14. Une vaut moins que deux ; Pronom.

VERTICALEMENT. — 1. Qui risque de sombrer dans la folie. — 2. Certifiée ; Projectile. — 3. Canton étranger ; Où il y a de gros végétaux. — 4. Dont la voix n'étourdit pas. — 5. Ce qu'il y a de meilleur ; Abréviation courante ; Greffer. — 6. Province française ; Direction ; On n'y va pas à pied. — 7. Grande ouverte ; Séparation ; Où ne peut passer un obèse. — 8. Divisible par deux ; Fameux chevalier. — 9. Sur qui on ne peut pas compter ; D'une seule couleur. — 10. Impayé ; Lieu sablé pour les combats ; Singe-araignée. — 11. Conjonction ; Dieu marin ; Il est souvent en cage.

MOTS CROISES

SOLUTION DU NUMERO PRECEDENT

★

F	I	A	N	C	A	I	L	L	E	S
A	N	T	I	E	N	N	E	■	R	E
C	A	R	■	R	A	I	S	I	N	S
U	L	E	M	A	■	A	T	R	E	S
L	I	■	A	M	E	■	A	I	■	I
T	E	■	R	I	M	A	■	S	E	L
A	N	T	I	Q	U	I	T	E	■	E
T	E	R	T	U	L	L	I	E	N	■
I	■	A	I	E	S	■	M	■	A	R
V	■	C	M	■	I	C	I	■	T	E
E	N	T	E	■	O	I	D	I	U	M
S	U	E	■	E	N	T	E	R	R	E
■	M	U	E	T	■	E	S	■	E	R
C	A	R	N	A	G	E	■	C	L	E

La Femme connaît enfin la Liberté

Tampax *supprime*

BANDES, CEINTURES ET ÉPINGLES

AVEZ-VOUS essayé Tampax? Ce minuscule tampon de coton chirurgical compressé, très absorbant, que tant de femmes ont déjà adopté avec enthousiasme, apporte enfin une solution pratique au tyrannique problème d'hygiène qui se pose pendant quelques jours, chaque mois.

Supprimant bandes, ceintures et épingles, Tampax se porte *intérieurement*. Chaque tampon est présenté dans un petit tube-applicateur facilitant sa mise en place. Sous la robe la plus légère, la plus ajustée, Tampax est *invisible*. La femme qui le porte ignore absolument sa présence, et pourtant Tampax assure une protection absolue.

C'est une révolution, une véritable émancipation pour la Femme, qui se voit enfin délivrée de toute irritation, de toute gêne, de toute inquiétude. Tampax fait vraiment oublier le seul inconvénient d'être Femme !

Craignez-vous pour la journée quelque surprise dans vos prévisions ? 2 ou 3 Tampax ne tiendront dans votre sac à main qu'une place bien discrète... Qui le saura ?

TAMPAX EST VRAIMENT HYGIÉNIQUE

Adaptation d'un principe bien connu des gynécologistes, Tampax assure une hygiène plus rationnelle, plus rigoureuse. répondant à de justes préoccupations médicales. Toute femme *normale* peut employer Tampax.

TAMPAX

tampons périodiques

PROTECTION HYGIÉNIQUE PAR ABSORPTION INTERNE

FRS : 15 — LA BOITE DE 10 — provision suffisante pour le mois

FRS : 5 — LA BOITE DE 3 — provision de secours pour le sac

Une Boîte d'essai vous sera adressée franco. Ecrivez à la C. E. G. M. (Tampax MC), 46, r. du Bac à Asnières (Seine), en joignant à votre lettre 5 Frs en timbres ou mandat.

PHARMACIENS - HERBORISTES
PARFUMEURS - GRANDS MAGASINS

IMPRIMÉ EN FRANCE

DESFOSSÉS-NÉOGRAVURE, Imp., Paris.

Le Gérant : H. DESPLANQUES.
R. C. Seine 251.795 B.

GEORGES LANG, Imp., Paris.

TUBE D'ESSAI
1 FRANC
EN TIMBRES A
DIADERMINE
15, MALAKOFF
(Seine)

Une assurance qui ne coûte pas cher...

L'ASSURANCE BEAUTÉ

RADIO-37
LES CONSEILS DE BEAUTE
DE MARCELLE AUCLAIR
Lundi et jeudi à 20 h. 10

POSTE PARISIEN
LES INCOLLABLES
DU CLUB DES SEPT
le dimanche à 22 h. 10

Madame,
Vous assurez votre maison, vos bijoux, votre voiture, votre santé, votre vie même...
Assurez donc ce bien précieux à toute femme, la Beauté !
Pour l'assurance-beauté, pas de formalités !
Soir et matin, une simple application de crème médicale Diadermine sur votre visage et sur vos mains, conservera à votre peau la fraîcheur de la jeunesse.

DIADERMINE

Crème médicale non parfumée

ASSURE VOTRE BEAUTÉ

Le matin elle protège. Le soir elle nettoie.
Elle ne graisse pas et ne tachera pas votre linge.

DEMANDEZ A VOTRE MEDECIN CE QU'IL EN PENSE

Un pot de Diadermine vaut 7 fr. 75 et dure un mois. Une année d'assurance-beauté Diadermine revient donc à moins de 100 francs

THÉ MEXICAIN
DU DOCTEUR JAWAS

Grossir... vieillir
sont le résultat d'un manque d'équilibre de l'organisme.
Le THÉ MEXICAIN
fait maigrir en stimulant les fonctions du Foie, des intes... et de toutes les glandes.

...RMACIES.

BLONDES toutes deux

mais Simone emploie BLONDEX

tandis que Jeanne fait un shampooing ordinaire

... Qu'employez-vous?

Il y a une raison très simple pour laquelle toute femme blonde devrait se servir d'un shampooing spécial. Les cheveux blonds sont beaucoup plus fins que les cheveux bruns, et le cuir chevelu des blondes est plus sensible. BLONDEX, le premier shampooing pour blondes, est fabriqué spécialement pour les cheveux blonds les plus délicats. Non seulement BLONDEX nettoie vos cheveux en les rendant souples et soyeux (n'importe quel bon shampooing fera cela) mais il possède un grand avantage sur les autres shampooings ; il rend aux cheveux blonds les plus ternes et foncés, la beauté dorée de l'enfance. Il empêche les cheveux clairs de foncer et leur conserve ce rayonnement doré tant admiré.

De plus, BLONDEX contient la précieuse Vitamine-F, une nouvelle découverte étonnante qui prévient les pellicules et les cheveux cassants, et tient le cuir chevelu en état de propreté et de souplesse.

Si vous voulez avoir de beaux cheveux clairs, BLONDEX est le seul SHAMPOOING vous convenant. Essayez-le juste une fois, aujourd'hui-même. BLONDEX ne contient ni teinture, ni décolorants nocifs.

BLONDEX LE SHAMPOOING DES BLONDES

LES PATRONS MARIE-CLAIRE

Nouvelle adresse : 10, RUE DE ROME, PARIS-8e. — Tél. EUROPE 41-70

(Angle de la rue de l'Isly.)

Magasins ouverts de 10 h. 30 à 19 heures. Fermés le lundi matin jusqu'à 14 heures.

A toutes nos lectrices, nous pouvons fournir les patrons sur mesures de tous les modèles parus dans « Marie-Claire », sauf ceux signés par les couturiers.

Seuls les modèles ayant un numéro supérieur à 100 existent en patrons tout faits.

★ Nos **PATRONS TOUT FAITS** correspondent à une taille 44 mais portent toutes les indications pour être transformés en taille 42 ou 46.

TARIF DES PATRONS TOUT FAITS, la pochette..... **5 50**

★ Pour les **PATRONS SUR MESURES**, il est indispensable de donner les mesures très complètes, même pour les enfants.

MANIERE DE PRENDRE LES MESURES : Carrure devant (d'une emmanchure à l'autre) — Carrure dos — Tour de poitrine — Tour de taille — Haut des hanches (environ à 12 cm. de la taille) — Bas des hanches — Long. taille dev. (de l'épaule à la taille) — Long. taille dos (de la nuque à la taille) — Long. d'épaule — Long. de jupe devant, côté, dos — Long. extér. manche (bras plié) — Long. intér. manche (bras tendu, du dessous de bras au poignet) — Tour de bras — Tour de poignet.

TARIFS :

Robe, manteau, trois-quarts, jaquette longue, cape, pyjama, déshabillé	16 »
Jaquette, veste, tunique	12 »
Robe du soir, mariée, cérémonie, travestis	16 »
Tailleur, costume de ski	18 »
Ensemble (robe et jaquette)	20 »
Blouse, gilet, jupe, jupe-culotte, tabliers sans manches	9 »
Boléro, petite cape, gilet, liseuse	8 »
Chemise de nuit, combinaison, peignoir, tablier avec manches	11 »
Chemise de jour, pantalon, soutien-gorge	7 »
Cols, manches et autres petits accessoires	6 »
ENFANTS DE 5 A 14 ANS	
Robe, manteau, pyjama, costume garçonnet	8 »
Blouse, jupe, veste, culotte, tablier.	5 »
JUSQU'A 5 ANS	
Robe, manteau, pyjama, costume garçonnet	6 »
Blouse, jupe, veste, culotte, tablier.	4 »

SUPPLEMENT DE 10 FRANCS POUR PATRONS MOUSSELINE
SUPPLEMENT DE 1 FR. 30 POUR FRAIS D'ENVOI

Aucun envoi n'étant fait contre remboursement, joignez à votre lettre de commande (nous indiquant le n° du patron tout fait ou vos mesures exactes), le montant de votre commande de préférence en mandat-poste en précisant bien « Service de Patrons ». Chèques postaux : Paris 2231-05.

Nos patrons se trouvent également en vente dans toutes les bonnes maisons.

TARIFS D'ABONNEMENTS A MARIE-CLAIRE

	3 MOIS	6 MOIS	UN AN
FRANCE ET COLONIES, PRINCIPAUTE DE MONACO..	22 »	43 »	84 »
ETRANGER (selon le tarif : « imprimés ») :			
Pays à plein tarif	56 »	104 »	200 »
Pays à demi-tarif	44 »	78 »	145 »

ABONNEMENTS-POSTE INTERNATIONAUX. — Dans certains pays étrangers, on peut souscrire, dans les bureaux de poste du pays intéressé seulement, des abonnements-poste internationaux à des prix inférieurs à ceux des abonnements étrangers. Se renseigner à la poste du pays.

CHANGEMENT D'ADRESSE. — Toute demande doit nous parvenir huit jours à l'avance, accompagnée d'une bande d'abonnement et de la somme de 1 fr. 50.

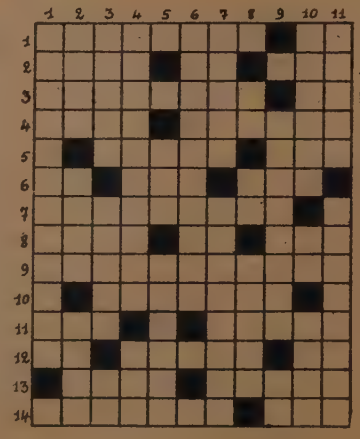
REGLEMENTS. — Le montant de chaque commande doit être joint à la demande. Aucun envoi ne sera fait contre remboursement.

25, RUE D'ABOUKIR, PARIS. — COMPTE CHEQUES POSTAUX PARIS 2084-67.

MOTS CROISÉS

★

VOIR LA SOLUTION DANS NOTRE PROCHAIN NUMERO



HORIZONTALEMENT. — 1. Petit vin pas trop fameux. Note. — 2. Contenant. Article. Plant. — 3. Principicule. Mesure. — 4. Interrogatif. Sauveur. — 5. Terrassement où passe souvent la voie. Ile française de l'Atlantique. — 6. Terminaison d'infinitif. Construction que font les oiseaux. Expression. — 7. Ile italienne. — 8. Gouffre des Causses. Pronom. Séparation. — 9. Etendues de terre dépendant d'une autorité. — 10. Réduit en quasi-esclavage. — 11. Ancienne langue. Elle détruit les cultures. — 12. Noble. Uni par parenté ou par mariage. Deux lettres de Paris. — 13. Fend l'eau. Fabuliste. — 14. Spécialité amiénoise. Au monde.

VERTICALEMENT. — 1. On ne peut la faire sans mandat. — 2. Pareillement. Pasteur l'a vaincue. Veste prussienne. — 3. Calme et tranquille. Qui concerne la campagne. Préfixe. — 4. Etrangers en Afrique du Sud. Titre musulman. — 5. Femme de la Bible. Mettre à l'écart. — 6. Attaché aux traditions rabbiniques. — 7. Envoyées dans l'autre monde. D'un pays de Russie. — 8. Deux lettres de Tours. Espace de temps. Transportés. — 9. Harmonie. Pronom. — 10. Rattachée. Note. Absorbe à coups de langue. — 11. Il sert à chasser le sanglier. Bords.

MOTS CROISES

SOLUTION DU NUMERO PRECEDENT

★

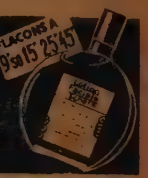
C	H	E	V	E	L	U	R	E	■	L
R	A	V	I	N	■	L	A	R	M	E
E	R	E	S	■	O	M	B	R	E	S
C	I	■	I	O	N	■	R	A	D	E
E	D	M	O	N	D	■	O	S	A	S
L	E	■	N	■	E	C	U	■	I	■
L	L	A	N	O	■	A	A	■	L	■
E	L	I	A	C	I	N	■	B	L	E
■	E	R	I	E	■	A	I	L	E	S
A	■	E	R	A	I	L	L	E	E	S
S	I	L	E	N	C	I	E	U	S	E
I	L	L	■	■	A	S	T	I	■	N
L	E	E	■	A	R	E	T	E	■	C
E	S	S	O	R	E	■	E	S	T	E

Ne pressez plus vos Points Noirs

Comment les déloger pour toujours - sans dilater vos pores

Faites cette expérience : lavez votre visage, puis passer dessus un tampon d'ouate imbibée de lotion faciale Scherk et regardez l'ouate. Elle est couverte de toutes les impuretés extraites des profondeurs de vos pores : vilains points noirs, amas de graisse et de poussières, restes de fards rancis. La lotion Scherk déloge les points noirs en faisant fondre les bouchons graisseux dans lesquels ils vivent. Aussitôt votre teint paraît incroyablement éclairci, purifié, rafraîchi. Au lieu de dilater vos pores avec vos doigts, employez cette lotion étonnante qui les resserre et empêche ainsi le retour des points noirs. La *"lustrose"* du teint (peau luisante du nez, front et menton) disparaît à la première application. Essayez ce soir la Lotion Faciale Scherk. Flacon à 9 fr. 50 dans les bonnes maisons de parfumerie et Grands Magasins. Gratuit : cette semaine 10.000 flacons pour le sac, contre envoi de 2 fr. 70 en timbres pour frais, à Mme C. Scherk, La Garenne-Colombes (Seine).

Lotion Faciale Scherk



Vous fardez vos lèvres?

...Mais vos gencives?..

Le rouge aux lèvres souligne le dessin de votre bouche.

Le rouge aux gencives rehausse l'éclat de vos dents.

Employez le dentifrice rouge CARMINA qui apportera à vos gencives cette splendeur du carmin et par contraste fera ressortir vos dents encore plus blanches.

GARANTIE : *Le dentifrice CARMINA est garanti pur, sans ponce, sans aucun produit nocif. Analyse officielle 370.*

DENTIFRICE ROUGE
CARMINA

PUBL. ELVINGER

E. DESFOSSÉS-NEOGRAVURE, Imp., Paris — IMPRIMÉ EN FRANCE — Le Gérant : H. DESPLANQUES R. C. Seine 251.795 B

KAREL CAPEK

L'ÉPOQUE OU NOUS VIVONS

ADAPTATION ET PRÉFACE DE
LUC DURTAIN

COLLECTION DE
L'ASSOCIATION INTERNATIONALE DES ÉCRIVAINS

DENOËL

ANDRÉ BRETON

ANTHOLOGIE
de
L'HUMOUR NOIR

ÉDITIONS DENOËL

PRIX FÉMINA

FÉLIX

DE CHAZOURNES

CAROLINE

ou

le départ

pour

les îles

Un portrait de femme

en forme de roman

nrf

N° 42

24 FÉVRIER 1939

Confidences

HISTOIRES VRAIES

1 fr.

36 PAGES

Une ombre dans tes yeux

DÉCEPTION — LE LIVRE DE LA VIE

PLAN

DE

VOTRE CAMPAGNE PUBLICITAIRE

ACTION VOYAGEURS

Avant la visite :
dépliant d'attaque

Après la visite :
lettre 4 pages

Avant la nouvelle visite :
dépliant d'entretien

ACTION REVENDEURS

Pour leur documentation :
catalogue
brochure

Pour l'intérieur :
matériel de comptoir
tableaux

Pour leur vitrine :
matériel d'étalage

Pour leur clientèle :
dépliants, images guides

ACTION PUBLIC

Presse
radio
publicité directe
affichage
cinéma

La valeur de la publicité ne se calcule pas à son prix d'achat, mais bien à son

RENDEMENT

Bien acheter de l'espace ne suffit pas

IL FAUT AVANT TOUT LE BIEN CHOISIR ET LE BIEN EMPLOYER

Il est actuellement un fait reconnu par tous les grands annonceurs dont la publicité a fait la fortune : c'est la nécessité de s'adjoindre la collaboration d'un Agent de Publicité dont l'impartialité, la technique et l'expérience, garantissent un emploi judicieux des fonds attribués à la Publicité • Une Agence de Publicité n'est plus un bureau de courtage, c'est une maison de Commerce doublée d'un Centre technique • Un esprit d'équipe, des collaborateurs qui aiment et connaissent leur métier, un désir réel de rechercher toujours la meilleure formule en tenant compte de l'expérience acquise, tels sont nos caractéristiques et nos buts • Une Campagne de Publicité bien faite, en collaboration étroite avec le Service Commercial de l'annonceur, se traduit toujours par une montée des chiffres de vente • Annonceurs, " placez " au mieux de vos intérêts l'argent que vous avez décidé d'attribuer au poste " Publicité " • Adressez-vous simplement à une Agence qui connaisse son métier.

NOS RÉFÉRENCES

STÉ AN. VILMORIN ANDRIEUX
STÉ AN. BELGE SIMMONS
EAU DES CARMES BOYER
ÉTABLISSEMENTS CINZANO
ÉTABLISSEMENTS PERNOD
LABORATOIRES CIBA
CHAUSSURES BALLY
HUILES SHELL
CENTRE NATIONAL D'EXPANSION DU TOURISME, DU THERMALISME ET DU CLIMATISME
SOURCE PERRIER S. A.
ROQUEFORT SOCIÉTÉ
FARDS SAINT-ANGE
CRÈME MALACÉINE
BAS CORNUEL

DE PLAS

PUBLICITÉ GÉNÉRALE
PRESSE · EDITIONS · RADIO · AFFICHAGE

34, AVENUE DE MESSINE · VIII[e]
TÉLÉPHONE : LABORDE 88-70 (5 LIGNES)

ARTS ET MÉTIERS GRAPHIQUES

est la revue indispensable à tous ceux dont l'activité se rattache au domaine de la Publicité :

INDUSTRIELS
COMMERÇANTS
CHEFS DE PUBLICITÉ
ARTISTES

Ils y trouvent dans chaque numéro, outre des mises en pages et des présentations typographiques originales, une abondante documentation se rapportant à l'activité publicitaire dans le monde entier : reproduction des meilleures affiches et annonces, présentations de dépliants et tracts, etc.

⇋

ARTS ET MÉTIERS GRAPHIQUES

constitue pour les Industriels, Commerçants, Chefs de Publicité et Artistes, qui apportent un certain souci artistique à l'exécution de leurs travaux, un instrument de travail, un recueil périodique d'information et d'idées.

⇋

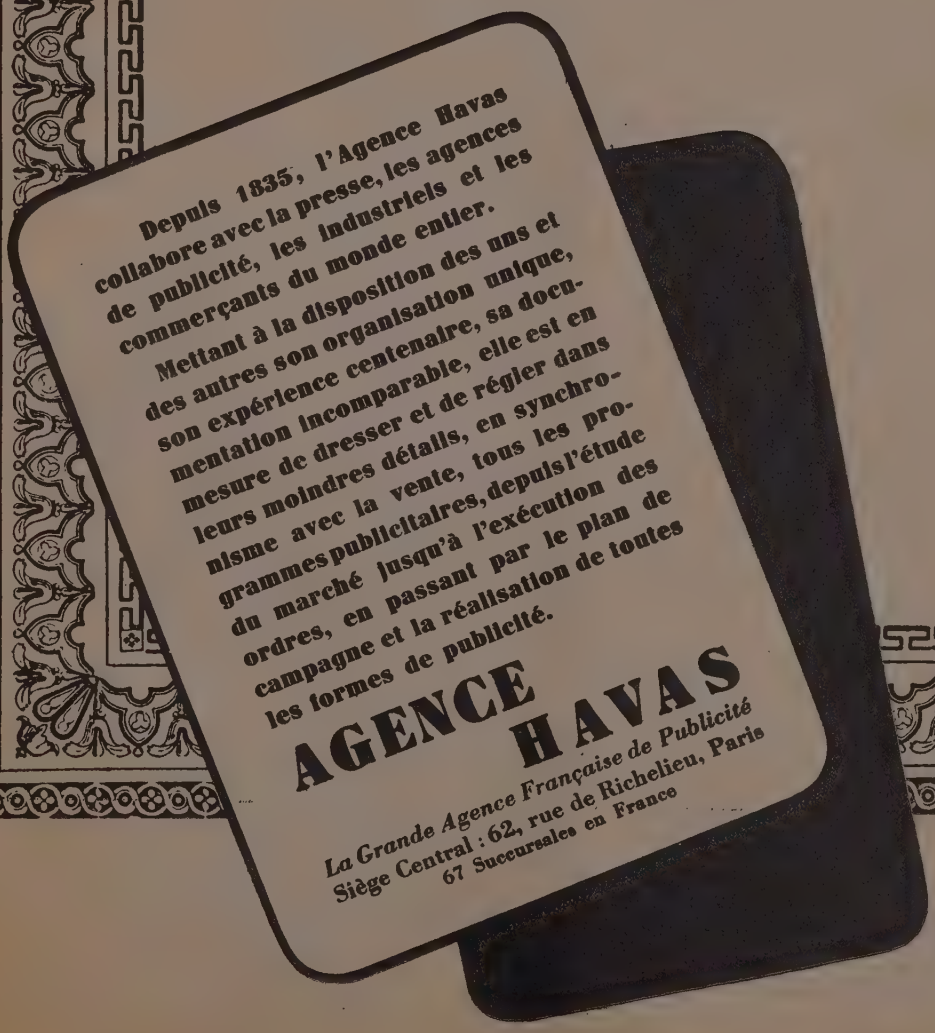
Le prix de l'abonnement est de : FRANCE - BELGIQUE . . . . . 200 Francs.
— — — : PAYS DEMI-TARIF . . . . . 230 —
— — — : PAYS PLEIN TARIF . . . . . 240 —

Cet abonnement comprend 5 numéros par an. Les abonnés reçoivent sans supplément de prix les numéros spéciaux parus au cours de l'année.

NUMÉROS SPÉCIAUX DÉJA PARUS :

● N° 16. PHOTO 30 ● N° 26. LE LIVRE D'ART INTERNATIONAL ●
● N° 31. CARICATURES ● N° 24. PUBLICITÉ 34 ●
● N° 47. VICTOR HUGO ● N° 59. LES ARTS ET TECHNIQUES GRAPHIQUES ●
● N° 60. LES PLUS CÉLÈBRES MANUSCRITS A PEINTURES FRANÇAIS ●
● N° 62. EXPOSITIONS INTERNATIONALES PARIS 1937 - NEW-YORK 1939 ●

DEPUIS 1835


Depuis 1835, l'Agence Havas collabore avec la presse, les agences de publicité, les industriels et les commerçants du monde entier.
Mettant à la disposition des uns et des autres son organisation unique, son expérience centenaire, sa documentation incomparable, elle est en mesure de dresser et de régler dans leurs moindres détails, en synchronisme avec la vente, tous les programmes publicitaires, depuis l'étude du marché jusqu'à l'exécution des ordres, en passant par le plan de campagne et la réalisation de toutes les formes de publicité.
AGENCE HAVAS
La Grande Agence Française de Publicité
Siège Central : 62, rue de Richelieu, Paris
67 Succursales en France

PETITS ET GRANDS

28 Photos d'YLLA

Commentées par

André DEMAISON

•

Le plus bel album de photos qui ait paru sur les animaux et leurs petits. Un album qui passionnera les enfants et leurs parents.

•

PRIX : France, Belgique . 25 fr.
Autres Pays . . . . 30 fr.

ÉDITIONS ARTS ET MÉTIERS GRAPHIQUES
Chèque postal : Paris 1053.87

VOUS TROUVEREZ UN STOCK COMPLET

de

PAPIERS

pour

OFFSET
PHOTOTYPIE
HÉLIO

aux

PAPETERIES NAVARRE
3, rue Benjamin-Constant, PARIS (XIXe) Bot. 52-10

DEMANDEZ A VOS IMPRIMEURS DE LES EMPLOYER

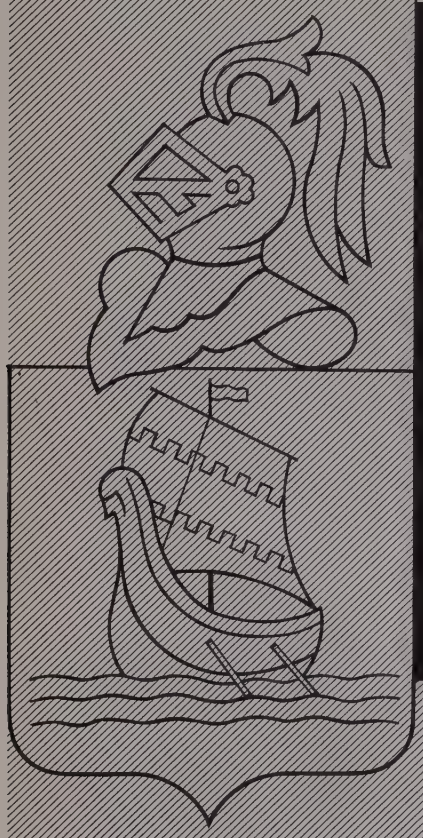
VOULEZ VOUS SAVOIR...

Voulez-vous savoir pourquoi les clients d'Arandel lui sont fidèles — certains depuis 10 ans, 11 ans et même 12 ans?

Un mot à l'adresse ci-dessous et vous recevrez une documentation édifiante

ARANDEL
Conseil en publicité et vente
7, Rue Desrenaudes
PARIS (17e)
Téléphone : Carnot 79-65 et 79-66

PAPETERIES DE FRANCE



Quels que soient vos besoins en Papiers et Cartons, consultez les Papeteries de France. Elles peuvent répondre à toutes vos demandes et vous livrer

Tous les Papiers
Tous les Cartons

14 USINES - 27 MACHINES
20 MAISONS DE VENTE
ET AGENCES

SOCIÉTÉ ANONYME AU CAPITAL
DE 58.943.500 FRANCS
SIÈGE SOCIAL
ET DIRECTION GÉNÉRALE
10, RUE COMMINES - PARIS (3e)

M. PECHARD

JACQUES GRIZEAUD
Technicien-Conseil en Publicité S. T. P.
11, rue des Pyramides
PARIS (1er).

- Jacques GRIZEAUD maintient dans son intégrité la tradition instaurée par le Maître O.-J. GERIN et par Étienne DAMOUR qui fut le plus brillant publicitaire de son époque.

- Chez GRIZEAUD le Statut du Technicien-Conseil est respecté et appliqué. Son Équipe de Techniciens, que l'on reconnaît comme l'une des toutes premières de Paris, collabore — suivant un processus rigoureux — avec des clients choisis.

- Jacques GRIZEAUD assure l'exclusivité de sa collaboration par spécialité et rayon d'action. Son commettant a donc l'assurance d'être servi avec les mêmes garanties que s'il avait un chef de publicité attaché à son Entreprise.

  Les services intellectuels sont uniquement rémunérés par des honoraires.

- Pour répondre aux désirs de sa clientèle, Jacques GRIZEAUD a organisé des services annexes d'Agence et d'Édition. Il présente ainsi le cycle complet des réalisations publicitaires.

- Jacques GRIZEAUD observe TOUJOURS la plus grande loyauté envers ses clients, ses fournisseurs et ses confrères. Il collabore au programme de la Fédération Française de la Publicité, visant à améliorer les méthodes et à développer le Prestige de la Publicité.

Jacques Grizeaud, disciple de O.-J. Gérin, ancien collaborateur d'Étienne Damour, ex-chef de publicité de la revue Vendre, a fondé son cabinet en 1930. De nombreuses références lui ont valu un Grand Prix à l'Exposition internationale Arts et Techniques en 1937.

Pour l'homme d'affaires

LAROUSSE
du XXe Siècle

LE GRAND DICTIONNAIRE ENCYCLOPÉDIQUE DE NOTRE TEMPS EN SIX FORTS VOLUMES GRAND IN-4° (32 × 25 cm).

Sur toutes les branches du savoir humain, les renseignements précis dont on a chaque jour besoin ; toute la langue française, la géographie de tous les pays, les faits, les idées, les hommes de tous les temps ; les sciences, les industries, etc.
7000 PAGES, 235640 ARTICLES, 46641 GRAVURES, 866 PLANCHES ET CARTES EN NOIR ET EN COULEURS. RELIURE ARTISTIQUE DEMI-CHAGRIN.

LAROUSSE
commercial

Les connaissances de toute nature aujourd'hui indispensables pour réussir dans les affaires. 1350 PAGES (Ft 20 × 27), 1020 GRAVURES, 31 PLANCHES ET CARTES EN NOIR ET EN COULEURS. RELIURE DEMI-CHAGRIN.

LAROUSSE
de l'industrie

ET DES ARTS ET MÉTIERS. Tous les progrès de la science et de la technique au service de l'industriel et de l'artisan. 1280 PAGES (20 × 27), 1725 GRAVURES, 50 PLANCHES, RELIURE DEMI-CHAGRIN.

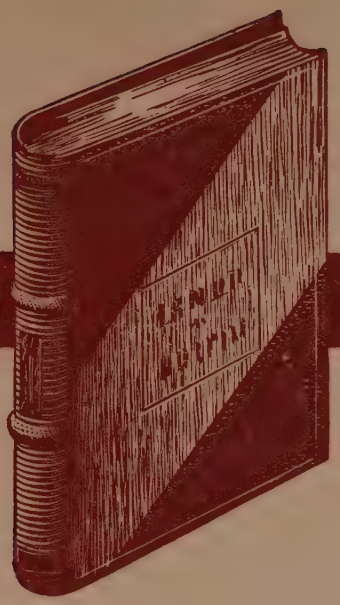
PAGES SPÉCIMENS GRATIS sur demande.

13 à 21, rue Montparnasse PARIS (6e)

En vente chez tous les libraires

De ce volume 100 exemplaires ont été

tirés sur VÉLIN D'ARCHES



CECI VOUS SEMBLE NORMAL

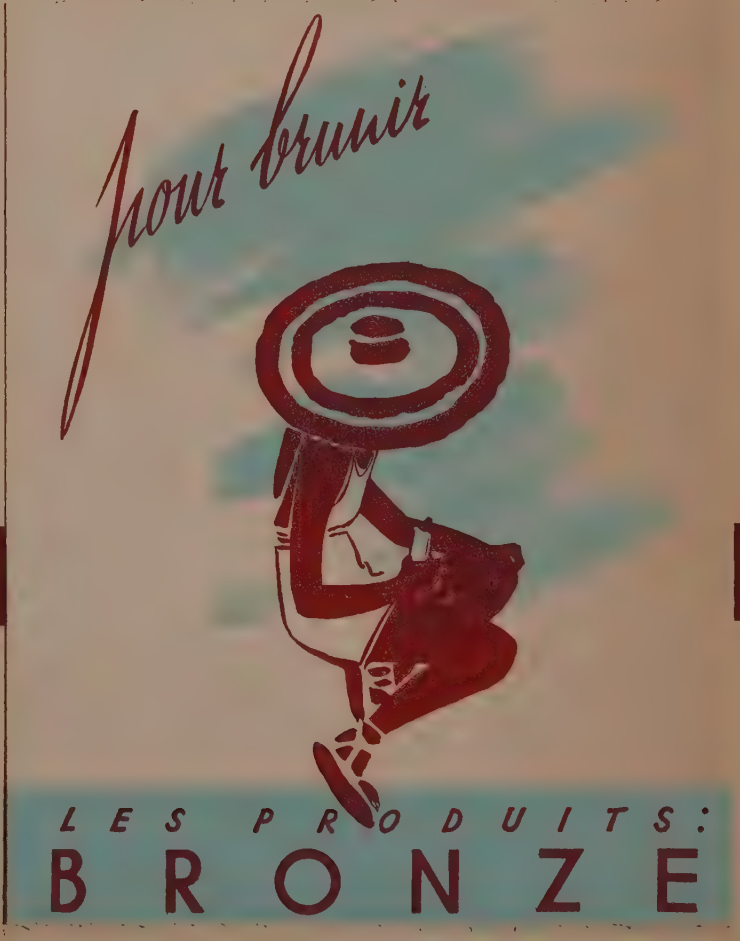
Parmi ceux qui lisent, une élite cultivée est sensible à la présentation du texte, c'est à elle que sont destinés les tirages numérotés sur papier de qualité.
Cette même élite boit, mange, se soigne, voyage, dort... en un mot consomme des produits ou services que la publicité fait vendre.
Alors !... Pensez à faire pour elle un tirage spécial de vos créations publicitaires sur

GRAND VÉLIN D'ARCHES.

De cette plaquette publicitaire
1.000 exemplaires ont été

tirés sur VÉLIN D'ARCHES

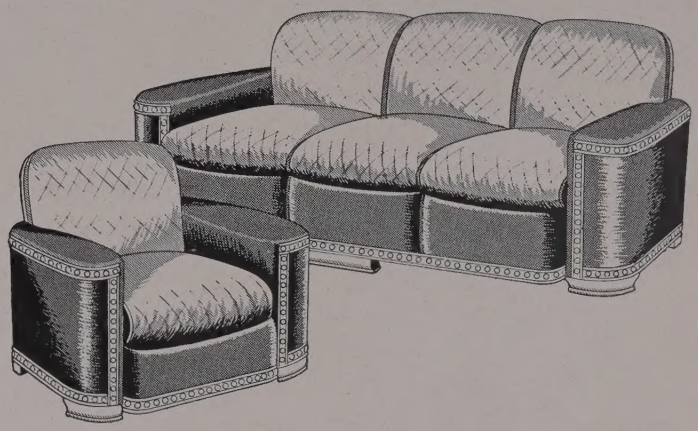
CECI DEVRAIT VOUS SEMBLER NORMAL



Tous ces dessins

ONT ÉTÉ EXÉCUTÉS SUR LE PAPIER

DOUBLETON



LE papier DOUBLETON est un carton à dessin préparé de telle manière que, grâce à l'application de révélateurs spéciaux, on obtient rapidement deux valeurs de grisés, l'un clair, l'autre foncé.

Le dessinateur obtient également, comme sur n'importe quel autre papier à dessin, des noirs pleins et des blancs, mais, à la place de lavis qui nécessite un cliché simili, le dessin obtenu sur DOUBLETON est reproduit par un simple cliché trait, d'où possibilité d'imprimer sur des papiers de moins bonne qualité et non couchés.

Faites un essai sur ce papier, vous en serez satisfait.

USAGE REDOUTÉ

74 F

Tarif et échantillons sur demande.

AGENT GÉNÉRAL DE VENTE ET DÉPOSITAIRE EXCLUSIF

DEBERNY ET PEIGNOT

18 rue Ferrus Paris XIV - Gob. 68-72

Confiez vos documents à la PHOTOGRAVURE DEBERNY ET PEIGNOT 14 rue Cabanis Paris XIV

LA RELIURE INTÉGRALE

est métallique, donc solide

et cependant

- elle est élégante ;
- elle assure aux feuillets rassemblés l'aspect d'un livre broché et les avantages de la reliure, avec une couverture bien à plat ;
- elle permet le repérage exact dans le montage des pages vis-à-vis ;
- elle participe, au lieu de détonner, à la bonne tenue de l'ouvrage.

★

LA RELIURE INTÉGRALE
présente deux nouveautés :

- LA RELIURE « **FIL-COULEUR** »
- LES FEUILLETS MOBILES ET INTERCHANGEABLES.

★

« **PUBLICITÉ 39** » est relié en Intégrale.

★

ÉTABLISSEMENTS PRACHE & Cie

91, rue Falguière, Paris 15e - SÉGur 03-98

★

BROCHAGE INDUSTRIEL - TRAVAUX DE LUXE

PUBLICITE

A.M.G A.M.G A.M.G